



anemon

Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Journal of Social Sciences of Mus Alparslan University

YIL/YEAR: 2016 • CİLT/VOLUME: 4 • SAYI/NUMBER: 2

Yazılarda ifade edilen görüş ve düşünceler yazarlarının kişisel görüşleri olup derginin ve bağlı bulunduğu kurumun görüşlerini yansıtmaz.

The opinions and views expressed in papers published on the journal belong only to its author(s) and do not necessarily reflect the views of the journal and its publisher.



anemon

Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Journal of Social Sciences of Muş Alparslan University

Dağıtım

Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından yapılmaktadır.

ISSN	:	2147-7655
e-ISSN	:	2149-4622
Basım Tarihi	:	01/12/2016
İlk Yayın Tarihi	:	2013
Basım Yeri	:	Muş
Yayın Türü	:	Kış/Aralık ve Yaz/Haziran sayısı olmak üzere yılda iki defa yayımlanan uluslararası hakemli ve süreli yayındır.
Yayın Dili	:	Türkçe ve İngilizce'dir; ancak her sayıda derginin sayfa sayısının en fazla üçte biri kadar olmak üzere diğer dillerdeki yazılara da yer verilebilir.
Adres	:	Muş Alparslan Üniversitesi Kampüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Diyarbakır Yolu 7. Km, 49250 – MUŞ / TÜRKİYE
e-posta	:	anemon@alparslan.edu.tr
URL	:	http://dergipark.gov.tr/anemon

anemon

Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi

Yayın Kurulu • Editorial Board

Muş Alparslan Üniversitesi Adına

Sahibi / Owner

Editör / Editor-in-Chief

Editör Yardımcısı / Associate Editor

Yayın Kurulu Üyeleri / Editorial Board

Members

Prof. Dr. Fethi Ahmet POLAT (Rektör)

Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye

Yrd. Doç. Dr. Ömer ESEN

Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye

Yrd. Doç. Dr. Adem LEVENT

Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye

Yrd. Doç. Dr. Mahsum AYTEPE

Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye

Yrd. Doç. Dr. Murat POLAT

Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye

Prof. Dr. İbrahim ERDOĞAN

Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye

Prof. Dr. Mesut IDRİZ

International University of Sarajevo / Bosna Hersek

Doç. Dr. Mohammad Jaber THALJI

Yarmouk University / Ürdün

Doç. Dr. Mohd Roslan Bin Mohd NOR

University of Malaya / Malezya

Doç. Dr. M. Kamil COŞKUN

Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye

Doç. Dr. Murat AKTAŞ

Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye

Doç. Dr. Nurullah ULUTAŞ

Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye

Yrd. Doç. Dr. Adem PALABIYIK

Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye

Yrd. Doç. Dr. Celil AYDIN

Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye

Yrd. Doç. Dr. Ercan ÇAĞLAYAN

Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye

Yrd. Doç. Dr. Fikret GEDİKLİ

Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye

Yrd. Doç. Dr. Irena Rajchinovska PANDEVA

Ss. Cyril and Methodius University / Macedonia

Yrd. Doç. Dr. İsmet KESEN

Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye

Yrd. Doç. Dr. Murat KAYACAN

Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye

Yrd. Doç. Dr. Reşat AÇIKGÖZ

Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye

Yrd. Doç. Dr. Turan GÜLER

Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye

Sekreteryaya / Secretariat

Teknik Redaksiyon / Redaction

Grafik Tasarım / Design

Arş. Gör. Abdülmecit YILDIRIM

Arş. Gör. Halil KILIÇ

Yrd. Doç. Dr. Berat ÇİÇEK

Okt. Yahya ADANIR

Uzm. Serdar DİK

anemon

Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Journal of Social Sciences of Mus Alparslan University

anemon, Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, sosyal ve beşeri bilimler alanında özgün ve nitelikli çalışmaları bilimsel bir yaklaşımla ele almak amacıyla yayımlanan uluslararası hakemli bir dergidir. Kış/Aralık ve Yaz/Haziran sayısı olmak üzere yılda iki defa düzenli olarak yayımlanmaktadır.

anemon'da yayımlanan yazıların bilimsel ve hukukî sorumluluğu, yazarlarına aittir. Yayımlanan yazıların bütün yayın hakları Muş Alparslan Üniversitesi'ne ait olup yayıncının izni olmadan kısmen veya tamamen basılamaz, çoğaltılamaz veya elektronik ortama taşınamaz.

anemon'da sosyal bilimlerle (iktisat, işletme, maliye, siyaset bilimi, uluslararası ilişkiler, edebiyat, tarih, psikoloji, sosyoloji, felsefe, eğitim bilimleri, dil bilimi, din bilimleri, güzel sanatlar vb.) alakalı konularda özgün ve nitelikli bilimsel çalışmalar yer almaktadır. Dergide yayımlanan tüm makalelere DOI numarası atanmakta ve makale yayını için herhangi bir ücret talep edilmemektedir.

anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi

- TÜBİTAK ULAKBİM SBVT (Sosyal ve Beşeri Bilimler Veri Tabanı TR Dizin),
- CiteFactor (Academic Scientific Journals),
- CrossRef DOI (Digital Object Identifier),
- DRJI (Directory of Research Journals Indexing),
- ESJI (Eurasian Scientific Journal Index),
- IJIF (International Innovative Journal Impact Factor),
- InfoBase Index,
- Ideonline
- ISAM (TDV İslâm Araştırmaları Merkezi)
- JIF (The Journals Impact Factor),
- JournalTOCs (Journal Tables of Contents)
- OAJI (Open Academic Journals Index),
- ResearchBib (Academic Resource Index),
- Scilit
- SIS (Scientific Indexing Services),
- TEİ (Türk Eğitim İndeksi),
- UIF (Universal Impact Factor) tarafından taranmakta ve dizinlenmektedir.

anemon

Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Journal of Social Sciences of Mus Alparslan University

anemon is a peer-reviewed international journal that publishes original and qualified works with a scientific approach in the fields of social sciences and human sciences. The Journal is biannually published by Mus Alparslan University in June and December of each year.

Scientific and legal liabilities of the articles published in *anemon* belong to the authors. The copyrights of the works that are published in the journal are transferred to Mus Alparslan University. No part of this publication may be duplicated and published elsewhere including electronically without permission of the Publisher.

anemon focuses on, but not limited to the following topics: economics, business, finance, political science, international relations, literature, history, psychology, sociology, philosophy, educational sciences, linguistics, theology and fine arts, etc. All articles published in our journals are open access and freely available online. DOI number is assigned to all the articles being published in the journal. The journal does not charge authors for any publication fee.

This journal is included in the following abstracting and indexing services:

- TÜBİTAK ULAKBİM SBVT (Sosyal ve Beşerî Bilimler Veri Tabanı TR Dizin),
- CiteFactor (Academic Scientific Journals),
- CrossRef DOI (Digital Object Identifier),
- DRJI (Directory of Research Journals Indexing),
- ESJI (Eurasian Scientific Journal Index),
- IJIF (International Innovative Journal Impact Factor),
- InfoBase Index,
- Ideonline
- ISAM (TDV İslâm Araştırmaları Merkezi)
- JIF (The Journals Impact Factor),
- JournalTOCs (Journal Tables of Contents)
- OAJI (Open Academic Journals Index),
- ResearchBib (Academic Resource Index),
- Scilit
- SIS (Scientific Indexing Services),
- TEİ (Türk Eğitim İndeksi),
- UIF (Universal Impact Factor),

Danışma Kurulu • Advisory Board

Prof. Dr. Abdullah KIRAN Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye	Prof. Dr. Mahfuz SÖYLEMEZ İstanbul Üniversitesi / Türkiye
Prof. Dr. Adnan DEMİRCAN İstanbul Üniversitesi / Türkiye	Prof. Dr. Mehmet Hüseyin BİLGİN İstanbul Medeniyet Üniversitesi / Türkiye
Prof. Dr. Ahmet AĞIRAKÇA Mardin Artuklu Üniversitesi / Türkiye	Prof. Dr. Mesut IDRİZ International University of Sarajevo / Bosna Hersek
Prof. Dr. Alev SINAR UĞURLU Uludağ Üniversitesi / Türkiye	Prof. Dr. Mustafa AYDIN Selçuk Üniversitesi / Türkiye
Prof. Dr. Ali TAŞKIN Cumhuriyet Üniversitesi / Türkiye	Prof. Dr. Mustafa ÖZTÜRK Çukurova Üniversitesi / Türkiye
Prof. Dr. Ali UZUN 19 Mayıs Üniversitesi / Türkiye	Prof. Dr. Mustafa YAĞBASAN Fırat Üniversitesi / Türkiye
Prof. Dr. Bayram COŞKUN Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi / Türkiye	Prof. Dr. Ramazan YELKEN Yıldırım Beyazıt Üniversitesi / Türkiye
Prof. Dr. Bilal ERYILMAZ İstanbul Medeniyet Üniversitesi / Türkiye	Prof. Dr. Recai AYDIN International University of Sarajevo / Bosna Hersek
Prof. Dr. Bilgehan PAMUK Gaziantep Üniversitesi / Türkiye	Prof. Dr. Şamil DAĞCI Ankara Üniversitesi / Türkiye
Prof. Dr. Erdoğan ERBAY Atatürk Üniversitesi / Türkiye	Prof. Dr. Şehabettin YALÇIN Kâtip Çelebi Üniversitesi / Türkiye
Prof. Dr. Eyüp G. İSPİR Gazi Üniversitesi / Türkiye	Prof. Dr. Şehmus DEMİR Atatürk Üniversitesi / Türkiye
Prof. Dr. Güven SAYILGAN Ankara Üniversitesi / Türkiye	Prof. Dr. Tuncer ASUNAKUTLU Muğla Üniversitesi / Türkiye
Prof. Dr. Hüsametdin ERDEM Selçuk Üniversitesi / Türkiye	Prof. Dr. Turgay UZUN Muğla Üniversitesi / Türkiye
Prof. Dr. İsmail TAŞ Şırnak Üniversitesi / Türkiye	Prof. Dr. Veli URHAN Gazi Üniversitesi / Türkiye
Prof. Dr. Kazım YOLDAŞ Bingöl Üniversitesi / Türkiye	Prof. Dr. Yasin AKTAY Stratejik Düşünce Enstitüsü / Türkiye
Prof. Dr. M. Faysal GÖKALP Uşak Üniversitesi / Türkiye	Doç. Dr. Mohammad Jaber THALJI Yarmouk University / Ürdün
Prof. Dr. M. Sait ŞİMŞEK Necmettin Erbakan Üniversitesi / Türkiye	Doç. Dr. Mohd Roslan Bin Mohd NOR University of Malaya / Malezya
Doç. Dr. Ali UTKU Atatürk Üniversitesi / Türkiye	Doç. Dr. Mustafa ÇEVİK Adıyaman Üniversitesi / Türkiye
Doç. Dr. Bülent SÖNMEZ Dicle Üniversitesi / Türkiye	Doç. Dr. Recep Aslan Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye
Doç. Dr. Durmuş Çağrı YILDIRIM Namık Kemal Üniversitesi / Türkiye	Doç. Dr. Saim KAYADİBİ International Islamic University Malaysia / Malezya
Doç. Dr. Emin ÇELEBİ İnönü Üniversitesi / Türkiye	Doç. Dr. Samira AL-KHAWALDEH The University of Jordan / Ürdün
Doç. Dr. Erdal BAYKAN Necmettin Erbakan Üniversitesi / Türkiye	Doç. Dr. Yılmaz KARADENİZ Amasya Üniversitesi / Türkiye
Doç. Dr. Hasan ÇİÇEK Yüzüncü Yıl Üniversitesi / Türkiye	Doç. Dr. Yusuf BATAR Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye
Doç. Dr. Mahmoud JARAN The University of Jordan / Ürdün	Yrd. Doç. Dr. İskender DÖLEK Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye
Yrd. Doç. Dr. Bagdagul MUSSA The University of Jordan / Ürdün	Yrd. Doç. Dr. Mehmet DİNÇOĞLU Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye

Bu Sayının Hakemleri • Reviewers

Prof. Dr. Abdullah KIRAN Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye	Yrd. Doç. Dr. Celil AYDIN Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye
Prof. Dr. Engin KARADAĞ Eskişehir Osmangazi Üniversitesi / Türkiye	Yrd. Doç. Dr. Çağatay Edgücan ŞAHİN Ordu Üniversitesi / Türkiye
Prof. Dr. Ozan Bahar Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi / Türkiye	Yrd. Doç. Dr. Dilek Özdemir Atatürk Üniversitesi / Türkiye
Prof. Dr. Recai AYDIN International University of Sarajevo / Bosna Hersek	Yrd. Doç. Dr. Erhan TECİM Necmettin Erbakan Üniversitesi / Türkiye
Doç. Dr. Durmuş Çağrı Yıldırım Namık Kemal Üniversitesi / Türkiye	Yrd. Doç. Dr. Faruk KALAY Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye
Doç. Dr. Elif ÇOLAKOĞLU Atatürk Üniversitesi / Türkiye	Yrd. Doç. Dr. Fatih BEKTAŞ Eskişehir Osmangazi Üniversitesi / Türkiye
Doç. Dr. Gürbüz ÖZDEMİR Çankırı Karatekin Üniversitesi / Türkiye	Yrd. Doç. Dr. Halil GÜNEK Fırat Üniversitesi / Türkiye
Doç. Dr. Mahmoud JARAN The University of Jordan / Ürdün	Yrd. Doç. Dr. İskender DÖLEK Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye
Doç. Dr. Mehmet Kamil COŞKUN Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye	Yrd. Doç. Dr. Merter AKINCI Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye
Doç. Dr. Metin BAYRAK Kyrgyz Turkish Manas University / Kırgızistan	Yrd. Doç. Dr. Mehmet Nuri KARDAŞ Yüzüncü Yıl Üniversitesi / Türkiye
Doç. Dr. Murat AKTAŞ Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye	Yrd. Doç. Dr. Merter AKINCI Ordu Üniversitesi / Türkiye
Doç. Dr. Nural İMİK TANYILDIZI Fırat Üniversitesi / Türkiye	Yrd. Doç. Dr. Murat POLAT Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye
Doç. Dr. Ömer Faruk ALTUNÇ Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye	Yrd. Doç. Dr. Mustafa ZİNCİRKIRAN İnönü Üniversitesi / Türkiye
Doç. Dr. Seda YILDIRIM Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi / Türkiye	Yrd. Doç. Dr. Nazım ÇOĞALTAY Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye
Doç. Dr. Serdal SEVEN Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye	Yrd. Doç. Dr. Osman Cenk KANCA Atatürk Üniversitesi / Türkiye
Doç. Dr. Yılmaz DEMİRHAN Dicle Üniversitesi / Türkiye	Yrd. Doç. Dr. Ömer ESEN Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye
Yrd. Doç. Dr. Adem LEVENT Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye	Yrd. Doç. Dr. Süleyman AYDENİZ Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye
Yrd. Doç. Dr. Atik ASLAN Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye	Yrd. Doç. Dr. Tamer KAVURAN Fırat Üniversitesi / Türkiye
Yrd. Doç. Dr. Banu Saadet Ünsal AKBIYIK Kocaeli Üniversitesi / Türkiye	Yrd. Doç. Dr. Turan GÜLER Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye
Yrd. Doç. Dr. Bekir YILDIRIM Muş Alparslan Üniversitesi / Türkiye	Yrd. Doç. Dr. Yeşim COŞAR Dokuz Eylül Üniversitesi / Türkiye

anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin 2016 yılı dördüncü cilt ikinci sayısında yayımlanması için gönderilen çalışmaların değerlendirme işlemini tamamladığınız için dergimiz adına teşekkür ederiz.

Okuyucu Mektupları / Letters

anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nde yayımlanan çalışmalar hakkındaki değerli görüşlerinizi, yorumlarınızı ve önerilerinizi lütfen dergi editörüne iletiniz.

Yrd. Doç. Dr. Ömer ESEN
o.esen@alparslan.edu.tr

İÇİNDEKİLER • CONTENTS

EDİTÖRÜN NOTU / EDITOR'S NOTE

Editörden 11

ÖZGÜN ARAŞTIRMA / ORIGINAL ARTICLE

Ahmet EFE 13

Kamu Yönetiminde Tek Tipçi Kurumsal Yapılanma Sorununa Kalkınma Ajansları Üzerinden Hermenütik Kuramla Analiz ve Çözümleme
A Theoretical and Conceptual Analysis with Hermeneutics Theory over Solution Finding Based on COBIT Approach for the Regional Development Agencies' Monolithic Structure

Seyfettin ERDOĞAN, Şerif CANBAY 29

İktisadi Büyüme ve Araştırma & Geliştirme (Ar-Ge) Harcamaları İlişkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme
A Theoretical Investigation about the Relationship of Economic Growth and Research & Development (R&D) Expenditure

Celil AYDIN, Fatma Gündoğdu ODABAŞIOĞLU 45

Makroekonomik Belirsizlik ve Risk Altında Yatırım Kararları: Türkiye Örneği
Investment Decisions under Macroeconomic Uncertainty and Risk: The Case of Turkey

İrfan BAYTAR, Murat ERGİNYÜREK 69

Yeryüzü Şekillerinin Ülkeler Arası Ticarete Etkisi: Türkiye-İran Örneği
The Impact of Landforms on Trade between the Countries: The Sample of Turkey- Iran

Ceren YEGEN 81

Yeni Medyanın Gündelik Yaşama Etkileri: "armut.com" ve "evebirilazim.com" Örnekleri ile Çevrimiçi Hizmet Satın Alma Pratiği
New Media's Effects on Daily Life: The Practise of Purchasing Online Services with Examples of "armut.com" and "evebirilazim.com"

Hatice AYDIN 105

Çevreci Tüketicilerin Değer Temelli Bölümlendirilmesi: Çevreci Kadın Tüketiciler Üzerine Bir Araştırma
Value-Based Segmentation of Green Consumers: A Study on Green Women Consumers

Nazım ÇOĞALTAY 125

Bilimsel Araştırma Yöntemleri Dersinin Öğretmen Adaylarının Bilimsel Epistemolojik İnançları ve Bilimsel Araştırmalara Yönelik Tutumları Üzerindeki Etkisi
The Effect of the Methods of Scientific Research Course on Preservice Teachers' Scientific Epistemological Beliefs and Attitudes Towards Scientific Researches

Fuat KORKMAZER, Ahmet YILDIZ, Erhan EKİNGEN 141

Sağlık Personeli Hasta Güvenliği Kültürü Algılarının Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma
An Application for Assessing Patient Safety Culture Perceptions of Health Personnel

<i>Rabia Şenay ŞİŞMAN</i>	155
Firdevsü'l-İkbâl ve Özel Adlar Firdaws al-Iqbal and Proper Names	
<i>Mustafa YAĞBASAN, Ali ÖZTÜRK</i>	175
Kültürlerarası İletişim Bağlamında Alevi-Sünni Dikotomisi: Tunceli ve Elazığ Örneği Alawi-Sunni Dichotomy with Respect to The Intercultural Communication: The Case of Tunceli and Elazığ	
<i>Yazım Kuralları / Author Guidelines</i>	197
<i>Değerlendirme Süreci / Peer Review Process</i>	205
<i>Yayın İlkeleri / Editorial Principles</i>	209

Editörden...

Değerli okuyucular,

anemon'un (Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi/Journal of Social Sciences of Mus Alparslan University) Aralık 2016 sayısıyla yayın hayatının dördüncü yılında tekrar karşınızdayız. Yazıma dergimizin TÜBİTAK-ULAKBİM Sosyal ve Beşerî Bilimler TR Dizin' e kabul edildiğini müjdeleyerek başlamak istiyorum.

Özellikle son yıllarda YÖK'ün doçentlik başvurularında TÜBİTAK-ULAKBİM indeks şartını getirmesi, yayımlanan makalelerden DOI numarası istemesi gibi durumlara *anemon* zaman kaybetmeden uyum sağlamıştır. Hali hazırda 17 adet ulusal ve uluslararası veri tabanı (alan ve diğer endeksler) tarafından özetlenen ve endekslenen dergimizin yeni indekslerde yer alması için çalışmalarımız devam etmektedir.

Yayın hayatına uluslararası hakemli bir dergi olarak devam eden *anemon*, sosyal bilimler alanındaki bilimsel çalışmalara yer vermektedir. *anemon* dergisi olarak amacımız, uluslararası bir boyutta nitelikli yayınlar sunarak bilim dünyasına katkı sağlamaktır. Bu doğrultuda yapılan çalışmalar neticesinde derginin dördüncü cilt, ikinci sayısında farklı alanlardan toplam 10 makale yer almaktadır. Titiz bir değerlendirme sürecinin ardından yayımlanan bu makalelerin kendi alanına katkı sağlayan, akademik dünyaya yenilik getiren ve dolayısıyla topluma ışık tutan çalışmalar olduğuna inanıyoruz.

Üniversite bünyesindeki öğretim üyelerinin yanı sıra, üniversite dışından da önemli ölçüde başvuru gerçekleştiren akademik çalışma sayısı, Dergimizin akademik çevrelerde ilgiyle ve beğeniyle takip edildiğini göstermektedir. Dergimizin sayılarında daha fazla makaleye yer vermek istiyoruz. Ancak gerek dergi formatından uzaklaşmamak gerekse akademik kaliteyi korumak niyetiyle en fazla 10 makale (çeviri ve yayın değerlendirmeleri hariç) yayınlıyoruz. Dergimize gönderilen makalelerin fazlalığı bizleri mutlu bir yorgunluğa sürüklemektedir. Hakem değerlendirme sürecinden geçmiş olsa bile yer darlığı nedeniyle yayımlayamadığımız birbirinden değerli birçok makale bulunmaktadır. Değerlendirme süreci tamamlanan çalışmalar, derginin sonraki sayılarında yayımlanmak üzere sıraya alınmaktadır. Bundan dolayı mağduriyet yaşayan değerli yazarlarımızdan bizleri anlayışla karşılamalarını istirham ediyoruz.

Dergimiz online makale kabul sistemini uygulamaktadır. Gönderilen makaleler hızla değerlendirilmekte ve yayına kabul edildiği takdirde yazışma/düzeltilme süreçleri dahil ortalama iki aydan kısa sürede yazara yayına kabul bilgisi verilmektedir. 2016 yılında dergiye, değerlendirilmek üzere 41 çalışma gönderilmiş ve hakem değerlendirme süreçleri tamamlanan 25 çalışma içinden 13 (%52) tanesi yayına uygun bulunmuştur.

2016 yılı verilerine göre, derginin reddetme oranı %48, değerlendirilen yazılar için ortalama yanıt süresi ise 63 gün'dür.

Bu güne kadar dergimiz tarafından TÜBİTAK ULAKBİM OJS (Open Journal Systems) alt yapısı kullanılarak verilen hizmetlerimiz, OJS'den kaynaklı teknik sorunlar nedeniyle yine açık kaynak kodlu yeni bir sistem olan ULAKBİM Dergi Sistemleri'ne (UDS) geçilmiştir. Baskısı Türkiye'deki tüm merkezi ve üniversite kütüphanelerine gönderilen dergimizin bütün sayılarına elektronik olarak da yeni adresimizden (<http://dergipark.gov.tr/anemon>) ücretsiz ulaşabilirsiniz. Dergimizle ilgili her türlü bilgi almak ve iletişim kurmak için internet adresimizden bizlere ulaşmanızı istirham ediyoruz.

Yeni sayılarda yazar olarak yer almak isteyenleri, web sayfasındaki yazım kurallarına ve dergi formatına uygun çalışmalarını, elektronik ortamda dergi adresine ulaştırmaya davet ederken sosyal bilimlerin farklı disiplinlerini temsil eden çalışmalar içeren bu sayının, araştırmacılara ve okuyuculara yararlı olmasını diliyoruz.

Haziran/Yaz ve Aralık/Kış aylarında olmak üzere yılda iki defa yayınlanan dergimizde, bilimsel çalışmalarıyla bu sayının hazırlanmasına katkıda bulunan makale yazarlarına, makaleleri inceleyerek hakemlik yapan değerli akademisyenlere, yayın kuruluna ve yayın aşamasında emeği geçenlere ve bütün bu süreci anlamlı kılan siz değerli okurlarımıza teşekkür ederiz. Derginin kuruluş, yayım ve baskı sürecinde verdikleri desteklerden dolayı yayın ekibimiz adına Rektörümüz Sayın Prof. Dr. Fethi Ahmet POLAT hocama ayrıca müteşekkirimiz.

Bir sonraki sayıda buluşmak dileğiyle selam ve saygılarımı sunarım.

Yrd. Doç. Dr. Ömer ESEN

Editör

Kamu Yönetiminde Tek Tipçi Kurumsal Yapılanma Sorununa Kalkınma Ajansları Üzerinden Hermenütik Kuramla Analiz ve Çözümleme

Ahmet EFE ^{1,a}

¹ Dr., Ankara Kalkınma Ajansı, İç Denetim Departmanı, Ankara/ Türkiye

Başvuru tarihi: 22 Ocak 2016 Düzeltme tarihi: 24 Haziran 2016 Kabul tarihi: 8 Ağustos 2016

Öz

Türkiye’de 2006 yılından itibaren kurulmaya başlayan kalkınma ajansları (KA) 2010 yılı sonu itibarıyla sayıları 26 olarak AB Düzey-2 bölgelendirme sistematığına göre kuruluşlarını tamamlamışlardır. Ancak aradan geçen birkaç yıllık süreçte bunların kuruluş felsefesinden uzaklaştıkları ve etkin işletilemedikleri gibi eleştirilerle karşılaşmışlardır. Devlet Denetleme Kurulu (DDK) tarafından 2014 yılında yapılan bir incelemede 43 adet sorun alanları belirlenmiştir. Bu çalışmada tek tipçiliğe çoklu disiplinler ve kurumsal bir bakış açısıyla inceleme yapılabileceği ve görelilik ve görelilik teorisi çerçevesinde çözümleme yapılabileceği analizlerle gösterilmiştir. Araştırmamızda, teknik ve yönetim süreçleriyle ilgili çerçeve ve yöntemlerin görelilik teorisinden etkilendiği iddiasıyla DDK tarafından belirlenmiş sorunlardan birisi olan tek tipçi yapılanmanın COBIT-5 paydaş ihtiyaçları çerçevesinde yapılanma gerekliliğine dair hedef basamakları modelinin uygulanabilirliğinin tartışması yapılmaktadır.

Anahtar Kelimeler

Tek Tipçilik, Bölgesel Kalkınma Ajansı, Yorumalcılık, Görelilik

^a Sorumlu Yazar/Corresponding Author: Ankara Kalkınma Ajansı, Aşağı Öveçler Mah., 1322. Cad., No: 11, 06460, Çankaya / Ankara / Türkiye.
e-posta: aefe@ankaraka.org.tr

A Theoretical and Conceptual Analysis with Hermeneutics Theory over Solution Finding Based on COBIT Approach for the Regional Development Agencies' Monolithic Structure

Abstract

The development agencies which have been founded in Turkey since 2006 according to NUTS-II the EU regional classification system have reached to a number of 26 at the end of 2010. However, after a few years of operations, the agencies have faced some criticisms such as being diverted from the way they had been headed at the beginning and not being as effective as they should be in their operations. According to a study issued by State Auditing Board (DDK), 43 different structural problematic areas have been detected. In this study, with different concepts and paradigms such as digital hermeneutics and relativity, a theoretical and conceptual relational analysis is being done in order to find a solution to one of the problems defined by DDK which is the stereotyped structure of development agencies. With an approach of conceptual and theoretical analysis to the stereotyped structures, it is found that it is possible to find solutions with the model of “meeting stakeholders’ needs” a principle of COBIT-5 framework.

Keywords

Stereotyped, Regional Development Agency, Hermeneutics, Relativity

1. GİRİŞ

Türkiye’de 2006 yılında “yönetişim” paradigması üzerine kurgulanan Kalkınma Ajansları (KA), 5449 sayılı Kuruluş Kanunu ile ortaya çıkmış olmakla birlikte pek çok gelişmiş ülkede yaygın olarak kullanılan bölgesel gelişme ve sosyal-ekonomik dinamiklerin verimli bir şekilde harekete geçirilmesine olanak tanımayı amaç edinen küçük ölçekli kamu kurumlarıdır. Küresel eğilimler ışığında, Türkiye açısından geleneksel plancılıktan vazgeçilerek yerel sivil, özel, akademi ve kamu sektörünün yönetişimine dayanan planlama kültürü KA ile bölgesel kalkınmacılığa yansıtılmaktadır. KA platformları, üniversite, sanayi, STK, yerel yönetimler ile mülki idarelerin ortak yönetimine dayanan karar mekanizmalarına sahiptirler. Ayrıca, bölgesel kalkınma ve KA ile ilgili koordinasyon görevi olan Kalkınma Bakanlığı bünyesinde kalkınma ile ilgili bilgilerin ortak bir havuzda biriktirilerek elektronik imkânlarıyla verimli ve etkin bir şekilde yönetilebilmesi ve izlenerek rapor edilebilmesine olanak sağlayacak Kalkınma Ajansları Yönetim Sistemi (KAYS) adında bir bilişim sistemi kurulmuştur. Bu sistemin

geliştirilme süreci TUBITAK Yazılım Teknolojileri Enstitüsü (YTE) tarafından halen devam edilmektedir.

2006 yılından itibaren kurumaya başlanan ve 2010 yılında 26 adet olarak kuruluşlarını tamamlayan ve halen Kalkınma Bakanlığı tarafından çıkarılan mevzuat güncellemeleriyle bölgesel düzeyde kuruluş amaçları doğrultusunda faaliyetlerine devam etmesi beklenen KA zamanla sadece hibe veren kuruluşlar kategorisinde zikredilmeye başlanmışlardır. Bunun yanı sıra KA tarafından verilen projelerinin küçük çapta kapasite artışlarına yol açmakla birlikte haksız rekabete yol açtığı, bölgesel potansiyelleri ortaya çıkarmada başarılı olmadığı, yerel dinamikleri işbirliği ve ortaklık kültürü ile harekete geçirme istidadını yitirdiği, yönetim ve kalkınma kurullarının beklenen işlevselliği ortaya koyamadığı, personelin motivasyonunun düşük olduğu ve giderek daha bürokratik kurumlar hale geldikleri ve İngiltere’de 2012 yılında yaşandığı gibi aslında kapatılmaları gerektiği gibi pek çok olumsuz söylemin de medyada ve bazı yayınlarda gündeme getirildiği bilinmektedir.

KA’nın varlık nedeninin sorgulanması ve KA ile ilgili zayıflıkların ve problemlerin varlığı ile ilgili olarak siyasi, bürokratik, akademik ve iş dünyasından gelen olumsuz değerlendirmelerin artması üzerine Cumhurbaşkanlığı makamınca 2012 yılı sonunda görevlendirilmiş olan Devlet Denetleme Kurulunun (DDK) (Aykın vd., 2014) bir araştırma ve inceleme ihtisas heyeti marifetiyle yaptırdığı kapsamlı çalışmalar, neticesinde 43 maddede tespit edilen temel sorunlara parmak basılarak bunların giderilmesi için bazı önerilerde bulunulmuştur. Bu sorunların yönetim yapılandırmasıyla ilişkili olduğu savıyla bir kurumsal bilgi teknolojileri yönetim standardı olan COBIT-5 çerçevesiyle çözümlemelerin yapılabileceği de doktora düzeyinde araştırmalarla ortaya konulduğu tespit edilmiştir (Efe, 2015).

Bahsi geçen DDK raporundaki sorunlardan birisi olan tek tipçilik sorununun COBIT-5 paydaş ihtiyaçlarının karşılanması modeliyle çözülebileceği önermesinin kavramsal ve kuramsal bir analize tabi tutulması önem arz etmektedir. Bu çalışmamızda COBIT-5 paydaş ihtiyaçları modeline göre yapılacak bir kurumsal değişiklik veya yapılandırma şeklinin kavramsal ve kuramsal boyutlarıyla desteklenebileceğinin test edilmesi gerekliliği üzerinde durulmaktadır. Buna göre COBIT-5 paydaş ihtiyaçları yaklaşımı teknik bir süreç iken bunun teorik olarak görelilik yaklaşımıyla desteklenip desteklenemeyeceği araştırma konusu edilmektedir.

Bir paradigma olarak dikkate alınabilecek olan COBIT, önceleri denetim, kontrol ve daha sonra yönetim çerçevesi iken daha sonraları risk ve katma değer ile ilgili standartları da bünyesine alarak zamanla bir BT yönetim çerçevesi haline gelmiştir. Her versiyonunda paradigmatik bir kırılımla kendisini yenileyen COBIT-5 versiyonunda, en sonunda sadece BT değil diğer iş süreçlerini de kapsayarak kapsamlı bir model haline gelen bütünlükçü, kapsayıcı ve uyarlayıcı bir çerçeve iddiasındadır. COBIT-5 ile ortaya konulan ilkeler ve gerçekleştiriciler ile BT yönetiminin iş süreçleri ile birlikte yönetilebilmesine olanak sağlayacak bir yönetim ve yönetim modellemesi süreçleriyle birlikte ortaya konulmaktadır.

COBIT-5 çerçeve yaklaşımı 5 temel ilke “principles” getirmektedir. Bu ilkeler çerçevenin esas sütunlarını teşkil etmektedirler. Bu ilkeler üzerinde yapılacak olan yapısal kurgu ve

süreç uygulamaları da gerçekleştiriciler “enablers” vasıtasıyla temellendirilebileceklerdir.

Şekil 1. COBIT-5 Temel İlkeleri

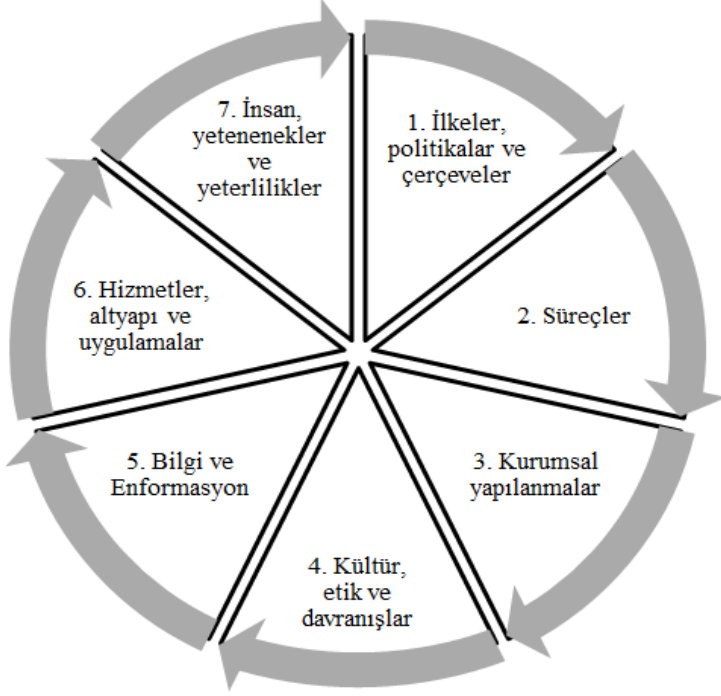


Kaynak: ISACA (2012)

Şekil 1’de görüldüğü gibi COBIT-5 beşinci versiyonunda beş temel ilke üzerinde kurulmuş olup bu çalışmamızda sadece birinci ilke ile ilgili analizler yapılmaktadır. Diğer ilkelerin içerikleri ve KA kapsamında uygulanabilirliği başka çalışmalara konu edilebilir.

COBIT-5 gerçekleştiricileri bütüncül yaklaşımı esas alınarak BT ve iş süreçleri ile birlikte bir kurumsal anlamdaki her şey gerçekleştiriciler kapsamına alınabilmektedir. Gerçekleştiricilerin içerikleri ve yönetim ve yönetim süreçleri kapsamındaki etkileşimleri bu çalışmaya konu edilmemiştir.

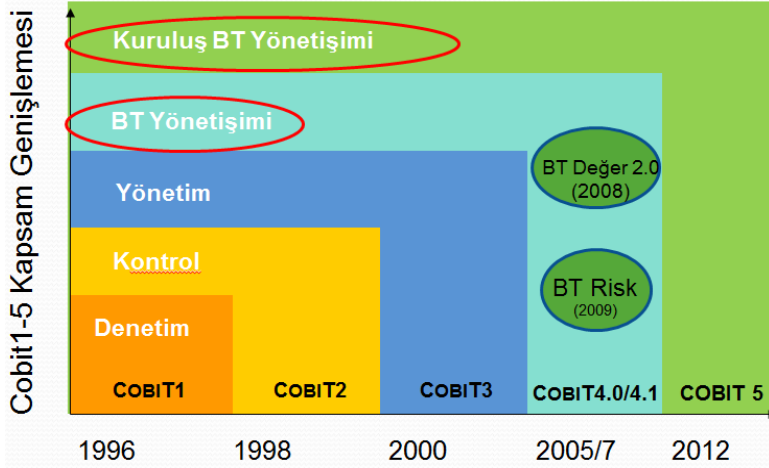
Şekil 2. COBIT-5 Gerçekleştiricileri



Kaynak: ISACA (2012)

Paradigma olarak ele almaya çalıştığımız COBIT-5, ISACA tarafından geliştirilen bir BT yönetim çerçevesidir. Şekilden de görüleceği üzere, COBIT, ilk başta finansal ve BT denetim ve kontrol alanlarında ilk önce kendisini göstermişti. İlk baştaki COBIT, “Control Objectives of IT” olarak bilinmekteydi. Daha sonra COBIT, göstergeler, süreç araçları, kritik başarı faktörleri, olgunluk modelleri ve BT yönetimi ile ilgili görev ve sorumluluklarının yerine getirilebilmesi için geliştirilen araçlarla birlikte aşamalı bir şekilde toplumsal ve ekonomik koşulların sonucu olarak yeni olarak elde edilen bilgilerle girdiği paradigma gerilimleri sonucunda bir yönetim ve yönetim çerçevesi haline gelivermiştir. Paradigma gerilimi, diğer standart ve çerçevelerin mevcut teknik ilişkiler ağını, gereklilikleri ve sürdürülebilir stratejik yönetimi acımasız rekabet ortamında açıklayamaması ve çözüm bulamamasından dolayı ortaya çıkmıştır. Çünkü her kurumun paydaşları ve ihtiyaçları farklı olduğundan ve kaynakları ile riskleri de aynı olmadığından kendilerine has uyarlamaların yapılabilmesi aşikâr bir halde belirginleşmiştir. Kendisini çevresel koşullara ve zamanın gereklerine göre sürekli adapte edebilen COBIT bu gerilim içerisinde yeni bir paradigma olarak ortaya çıkarak mevcut sorunlara çözüm sunma iddiasındadır.

Şekil 3. COBIT Alanında Paradigma Gerilimleriyle Yaşanan Kapsam Genişlemesi



Kaynak: ISACA (2012)

Şekil 3'den de görüleceği üzere, COBIT-4 iş süreçlerini BT süreçleri ile hizalamak için bazı araçların geliştirilmesiyle ortaya çıkmış ve diğer yönetim çerçeveleri ve BT çerçeve ve standartları ile olan ilişkileri de güçlendirmiştir.

KA uygulama alanıyla ilişkilendirilebilen ve bu alanlara kaynak teşkil edebilen en önemli teorik bağlamlardan olan Görelilik ve dijital görelilik (digital hermeneutics) teorileriyle ilgili olarak bazı değerlendirmelerde bulunulacaktır. Bu değerlendirmelerde ilgili teorilerin derin ve tartışmalı olan ontolojik ve epistemolojik tartışmalarına girilmeden araştırma alanıyla ilişkilendirilebilen noktalarıyla sınırlı tutulacaktır.

Görelilik ve dijital görelilik buradaki paradigma analizi içerisinde ele alınmasının bir kaç nedeni bulunmaktadır. Bunlar;

- Belirli bir uygulama, süreç veya politikanın her kuruma tek doğru olarak sunulmaması,
- Her kuruma veya paralel her sürece tek ilaç gibi sunulmaması,
- Kapitalizmin devamlılığına ve sömürü düzeninin güçlenmesine hizmet edebilecek paradigmanın zaman, kurumsal yapılanma, çevresel farklılıklar ve paydaşların ihtiyaçlarına göre dikkate alınarak canlı ve yenilikçi bir sisteme olan ihtiyacı ortaya koyması

olarak sıralandırılabilir. Dolayısıyla görelilik ve dijital görelilik ile birlikte ortaya çıkan paradigma gerilimi, aslında küreselleşmenin gelişmesi ile birlikte meydana gelen mekân krizi ve ilişkilerin yoğunlaşmasının bilim alanındaki eşzamanlı yansıması olarak değerlendirilebilirler.

2. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırmamızın hipotezi şu şekilde belirlenmiştir: “DDK raporuyla ifade edilen tek tipçi örgütlenme sorunu COBIT hedef basamakları yaklaşımıyla çözümlenebilir ve bu çözümlenebilirlik teorisiyle analiz edilebilir”.

Araştırmamızda, DDK tarafından KA sorunlarının tespit edildiği ve 43 sorunun rapor edildiği araştırma raporu tespitleri veri alınmıştır. Bu sorun tespitlerinden sadece bir tanesi üzerinde kuramsal analiz yapılarak çözümlenmesine katkıda bulunulmaya çalışılmaktadır. Bu çalışmada kalkınma ajanslarının hedef basamaklarının kullanımıyla ilişkili olabilen sorunları analiz edilmektedir bu amaçla da DDK raporu incelenmiş ve süreç olgunluğu ile ilgili dört adet probleme dair çekirdek neden analizleri yapılmaktadır. Hizmete özel olan DDK raporu üzerinde akademik araştırma yapılarak bu alandaki idari bilgi literatüre kazandırılmaktadır.

Yukarıda problem tespiti kısmında bir iç kontrol standardı olan COSO ve bir bilişim yönetişimi standardı olan COBIT standartları çerçevesinde kök neden analizi de yapılmıştır. Bu analizler yeterli görülmediğinden dolayı bu standartları etkileyen kuramların ele alınarak tek tipçilik probleminin arka planı analiz edilmektedir. KA tek tipçiliğine karşı COBIT-5 paydaş ihtiyaçlarına göre yapılan yaklaşımın çözüm önerisi olarak uygulanabilirliği üzerine kuramsal ve kavramsal bir analize ihtiyaç duyulmuştur.

Buna göre COBIT-5 çerçevesi kısaca betimlenmektedir. Görelilik ve dijital görelilik üzerinde kavramsal ve kuramsal ilişkilendirme yapılmaktadır. İşletmecilik, kamu yönetimi, YBS, fizik ve felsefe alanlarına giren bu kavramlar üzerinde yapılan analizler çoklu disiplinler analiz kapsamında değerlendirilmektedir.

Araştırma konusuyla ilgili literatür taraması yapılmıştır. EBSCO veri tabanında, “COBIT” olarak yapılan taramada 393 adet yayın tespit edilmiştir. Türkçe literatürdeki yayınların bunlar içerisinde sadece 4 yayınlı sınırlı olduğu tespit edilmiştir. “hermeneutics” olarak yapılan taramada ise 12.592 adet akademik yayın yapılmış olduğu ve bunlar içerisinde sadece 159 tanesinin Türkçe literatürdeki yayınlar olduğu tespit edilmiştir. Gene “development agencies” olarak yapılan taramada ise 3.585 adet yayının mevcut olduğu ve bunlardan sadece 48 adedinin Türkçe literatür içerisinde olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla araştırma konusunda yabancı literatürün yeterli olduğu ancak buna nazaran Türkçe literatürün kıyaslanamayacak ölçüde yetersiz olduğu söylenebilir. Bu nedenle bu araştırmamızın Türkçe literatüre katkısı bakımından önem arz ettiği söylenebilir.

Araştırma konusu olarak ele aldığımız tek tipçilik sorununun sadece yasal ve idari bir takım önlemlerle çözümlenmeye çalışılması bir tarafa, konunun kavramsal ve kuramsal çerçevede analizinin yapılmadığı ve her hangi bir standarda göre değerlendirme yapılmadığı tespit edilmiştir. Buna göre araştırma problemi belirlenmiş ve aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

- (i) KA tek tipçiliği ile ilgili sorun görelilik ve dijital görelilik değerlendirilebilir mi?
- (ii) COBIT-5 çerçevesi tek tipçilik sorununa nasıl bir çözümlenebilirlik getirmektedir ve bu olanaklı mıdır?

- (iii) COBIT-5 ile getirilebilecek olan çözümleme görelilik ve dijital görelilik çerçevesinde teorik ve kavramsal olarak nasıl konumlandırılabilir?

Yukarıdaki araştırma sorularına cevap bulunması için metodolojik olarak öncelikle konu ile ilgili araştırma problemi yapılandırılmakta, kök neden analizleriyle mevcut sorunların asıl nedenleri araştırılmakta; paydaş ihtiyaçlarını karşılama yaklaşımı betimleyici bir şekilde tanımlanmakta; hedef basamakları uygulama modelinin paydaş ihtiyaçları ve kurumsal yapılandırma ve hedeflerin belirlenmesi kapsamındaki konumlandırılışı çerçevesinde KA dinamiklerine uyarlanması yapılmakta ve en son görelilik kuramının araştırma problemi ve paydaş yaklaşımı ile hedef basamakları yaklaşımıyla olan ilişkisi analiz edilmektedir.

3. ARAŞTIRMA PROBLEMİ

KA sorunlarının tespit edildiği DDK raporunda yapılan analizde her hangi bir referans model kıstas olarak alınmadığı gibi önerilerde de her hangi bir modele referans verilmemiş olmasından dolayı yapılan araştırmadaki problemlerde eksik kalan analizlerin yapılması da tezin amaçları kapsamına alınmıştır. DDK raporuna cevaben Kalkınma Bakanlığı tarafından 26 KA ile istişare halinde eylem planı hazırlanmıştır. Bu 2014 Eylül ayında hazırlanmış olan hizmete özel taslak eylem planında, Kalkınma Bakanlığı ve KA için ayrı eylemler öngörülmüştür. Aşağıdaki analizlerde bunlar ayrıca dikkate alınmaktadır (KB-BGYUGM, 2014).

DDK tarafından tespit edilen sorunların ana nedenlerinin tespiti için iç kontrol açısından ve COSO ve yönetim açısından COBIT-5 çerçevelerine göre karşılaştırma yapmaya olanak verecek şekilde bir şekilde değerlendirme yapılması ana sorunsalın tespiti açısından önem arz etmektedir. Çünkü ortak sorun bölgesel gelişme yönetim yapısının sağlıklı olmamasından ve süreçlerinin uygun bir çerçevede belirlenmemiş olmasından kaynaklanmaktadır. Bu nedenle en azından bir sorun üzerinde bilimsel yöntemlerle kuramsal analiz yapılması önem arz etmektedir. Bu amaçla DDK tarafından tespit edilen sorunlardan ilki olan tek tipçilik sorunu araştırma problemi olarak kabul edilmiştir.

Türkiye’de bölgeler arasında coğrafi yapı, ekonomik ve sosyal gelişmişlik, sahip olunan kaynaklar, ulaşım imkânları, beşeri sermaye yapısı, rekabetçilik düzeyi ve yatırım ortamının niteliği gibi pek çok alanda önemli derecede farklılıklar bulunmasına ve 5449 sayılı Kanun’un genel gerekçesinde (TBMM, 2006), KA’nın bölgelerin özgün şartları ve yapılarına göre teşkilat yapılarının, birimlerinin, büyüklüklerinin ve diğer yapısal özelliklerinin özel hale getirilmesi gerektiği vurgulanarak, buna ilişkin özel hukuk alanında gerekli hukuki altyapı hazırlanmıştır. Buna rağmen KA, 26 Düzey 2 bölgesinin tamamında organları, fonksiyonları, bölgesel kalkınmada kullanacağı araçları, personel yapısı, süreçleri, kuralları, işleyiş şekli ve birimlerin görev tanımları gibi tüm unsurları ile tek tip olarak örgütlenmiştir. Bu durum, her bölgenin kendi karakteristik özelliklerine, kaynaklarına ve önceliklerine uygun bir bölgesel gelişme teori ve politikası, uygulamaları ve 5449 sayılı Kanun’un temel amaç ve felsefesi ile uyumlu değildir (Aykın vd., 2014). Bu nedenle de araştırmamızın temel sorunsalı KA tek tipçi yapılanması olarak belirlenmiştir.

Tablo 1. DDK tarafından tespit edilen tek tip örgüt yapısı sorunu için COSO ve COBIT-5 değerlendirmesi ve eylem planları

DDK Önerisi	COSO değerlendirmesi
Bölgelerin rekabet gücü ve gelişmişlik düzeyi ile Ajansların teşkilat yapılarının, büyüklüklerinin, birimlerinin, insan kaynağı profiline, özlük haklarının, temel fonksiyonlarının, bölgesel gelişmede kullanılabileceği araç ve imkânlarına göre yeniden şekillendirilmesi.	COSO iç kontrol sistemi iç kontrol bileşenlerinden kontrol ortamı alanına girmektedir. Tek tip örgüt yapısı organizasyon yapısı açısından bir iç kontrol zafiyetine yol açmadığı düşünüldüğünden dolayı iç kontrol yaklaşımı açısından sorun değildir.
Kalkınma Bakanlığı Eylem Planı	KA Eylem Planı
1.1 5449 sayılı Kanun değişikliklerine ilişkin çalışmalarda yönetim kurulunun yapılanması tekrar gözden geçirilecek ve 6360 sayılı Kanun sonrası idari teşkilatlanmada gerçekleşen değişiklikler 5449 sayılı Kanuna yansıtılacaktır.	1.3 Ajanslarda birim sayısı ve sorumluluk alanlarının bölgeye göre farklılaştırılması gözetilecektir. Birimlerde çalışacak personel sayısı, mesleki özellikler ve iş tanımları ajansların iç yönergeleri ile belirlenebilecektir.
1.2 Ajansların ve bölgede yer alan kurum ve kuruluşların kalkınma kurulunda yer alacak üyelere ilişkin talepleri doğrultusunda kalkınma kurullarını düzenleyen yeni bir Bakanlar Kurulu Kararnamesi hazırlanacaktır.	

Kaynak: Aykın vd. (2014) ve KB-BGYUGM (2014)

Tablo 1’de tek tipçilik sorununun iki farklı standart kapsamındaki kısaca değerlendirmeleri yer almaktadır. Buna göre tek tipçilik COSO kontrol amaçları ve bileşenleri açısından bir sorun olarak dikkate alınmayabilmekteyken COBIT-5 çerçevesine göre bir yönetim sorunu olarak dikkate çarpmaktadır. Bu sorunun giderilmesi için Kalkınma Bakanlığı tarafından hazırlanan eylem planlarında hem Kalkınma Bakanlığı ve hem de KA tarafından alınacak önlemler belirtilmiştir. Ancak sadece Yönetim Kurulu (YK) ile Kalkınma Kurulu (KK) ile ilgili değişikliklerle bölgedeki sorumlulukların gözden geçirileceği ifade edilmekte olduğu gibi henüz bu hususlarda yasal bir düzenleme ve idari değişiklikler yapılmamıştır. Hâlbuki bölgesel kaynak ve ihtiyaçlara göre ilgili paydaşların istediği şekilde bir kurumsal yapı ve hedeflerin ortaya konulabilmesine olanak sağlayacak bir teşkilatlanma imkânının sağlanması gerekir.

4. PAYDAŞ İHTİYAÇLARINI KARŞILAMA YAKLAŞIMI

Paydaşların ihtiyaçlarının karşılanması esasen paydaş yaklaşımı teorisinin bir uzantısı şeklinde anlaşılabilir. 1984 yılında basılan Stratejik Yönetim: Paydaş Yaklaşımı “Strategic Management: A Stakeholder Approach” isimli kitaptan sonra binlerce kitap ve akademik araştırma bu alanda yapılmıştır.

Pek çok konu, tema ve zorluklar; bu kapsamda paydaş tespiti, paydaş meşruiyeti ve isteklerinin değerlendirilmesi ile firmanın veya toplumun bu alandaki rolleri ile ilişkilendirilmiştir. Her nasılsa bu alandaki pek çok kapsamı araştırmaya rağmen hala geliştirilmekte olan konu değer oluşturma ve ticarileştirilmesidir. Freeman’a göre, “paydaş yaklaşımı, tüm paydaşlar için olabildiğince çok katma değer oluşturulması”dır (Garriga, 2014: 490). Bu paradigmatik yaklaşım aşağıda inceleneceği üzere, COBIT-5 içerisinde “paydaş ihtiyaçları” modeli ile ilk ilkeye yedirilmiş durumdadır.

Paydaşların memnuniyeti de toplam kalite yaklaşımının temel ilkelerinden birisidir. Paydaşların memnuniyeti için istediğini bilmeye ve dolayısıyla paydaşların ihtiyaçlarının neler olduğunun tespit edilmesi gerekir. Bu yaklaşımın aslında ilk olarak Osmanlı’daki Ahilik teşkilatında mevcut olduğu iddia edilmektedir (Karatop vd., 2011: 1112). Dolayısıyla, paydaşların ihtiyaçlarını karşılama yaklaşımının toplumsal ve tarihsel gerçeklik olarak Türk toplumunun yapısında olduğu ve bu nedenle COBIT-5 çerçevesi kolaylıkla benimsenebilir.

COBIT-5 yaklaşımının ve yönetim paradigmasının özünü oluşturan paydaşların ihtiyaçlarına göre, bir organizasyonel yapılanma ve kurumsal iş amaçları doğrultusunda hizalanacak BT hedefleri ve gerçekleştirici amaçlarının kurgulanması gerektiğini savunur. (ISACA, 2012) Buna göre paydaş ihtiyaçları temel belirleyici olmalıdır. Ayrıca, bu ihtiyaçlar dönemsel olarak belirlenerek kurumsal hedefler, BT hedefleri ve gerçekleştirici hedefleriyle hizalı olup olmadıkları değerlendirilmelidir. Buna göre bakıldığında KA dinamiklerinde temel paydaşlar olan KK üyelerinin ihtiyaçlarının belirlenmesi büyük önem arz etmektedir. KK ihtiyacı sadece yılda iki defa toplantı yapmak değil, yapılandırılmış bir şekilde KA dinamiklerinden nasıl yararlanabilecekleri, sinerji oluşturma olasılığı, bölgesel potansiyeller açısından oluşturulabilecek işbirliği ve ortaklıklar ile diğer destek programları dâhil olmak üzere pek çok yelpazede ihtiyaçlarının yansıtılabilmesi gerekir. Sadece KK değil, YK, GS ve iç birimlerin ihtiyaçları da dikkate alınabilmelidir.

5. HEDEF BASAMAKLARI UYGULAMA MODELİ

KA için COBIT-5 ilkelerinin uygulama biçiminin modellenmesinden sonra ilk ilke olan paydaş ihtiyaçlarını karşılamak için gerekli olan ve “goals cascade” olarak ifade edilen hedef basamakları sistematığının de KA özelinde modelleştirilmesi gerekmektedir. Bu bölümde hedef basamakları sistatığı kullanılarak KA iç ve dış paydaşlarının ihtiyaçlarının nasıl KA kurumsal hedefleri haline gelmesi gerektiği ve COBIT-5 yönetim hedefleri olan katma değer üretmek, risk ve kaynak optimizasyonları KA ortamında nasıl gerçekleştirilebilir konusunda analizler ve modeller yapılacaktır.

KA paydaşları için katma değer oluşturmak amacıyla var olurlar. Bu nedenle, kalkınma ajansının büyük ölçekli/küçük ölçekli olsun veya olmasın bir yönetim hedefi olarak katma değer oluşturması beklenir. Kurumsal hedeflere ulaşabilme, katma değer oluşturma, risk optimizasyonu, kaynak optimizasyonunun fayda gerçekleştirme ile aynı eksen ve doğrultuda hizalanması durumunda paydaşların ihtiyaçlarını karşıladığı ölçüde gerçekleştirilebilecektir. Faydalar içsel ve dışsal pozitif faydalar olarak belirlenebilir.

İçsel-dışsal kaynaklı olabilen risklere karşı alınacak önlemler, risklerin etki dereceleri, olasılıkları ve sıklık dereceleri ile yakından ilişkili olup, kalkınma ajansının riski kabul etmesi, azaltması, sakınması veya transfer etmesi risk iştahı ve hazmetme kapasitesi kadar eldeki kaynaklar ve elde edilecek fayda ile yakından ilişkili olabileceğinden dolayı risk yönetimi de fayda ile kaynaklar arasında hizalanmak durumunda kalır. Ancak bu durumda paydaşların ihtiyaçları doğrultusunda katma değer artışı da elde edilebilecektir. Dolayısıyla, yönetim sistemi değer üretme, fayda, risk ve kaynak değerlendirme kararları alınırken tüm paydaşların ihtiyaçlarını ve önceliklerini dikkate almalıdır. Her karar için kimler fayda sağlıyor? Hangi riski kimler nasıl yönetiyor? Hangi kaynaklar ne oranda kullanılmalıdır? Temel soruları cevaplanabilmelidir.

Paydaşların eyleme geçirilebilecek KA stratejisi altında tekrardan yapılması büyük önem arz etmektedir. Bu nedenle COBIT-5 hedef basamakları, paydaşların ihtiyaçlarını özgün, eyleme geçirilebilir ve özelleştirilmiş kalkınma ajansının hedefleri, BT-bağlantılı hedefler ve gerçekleştirici hedefler halinde açıklayan bir mekanizma olarak kurgulanmıştır (ISACA, 2012).

Şekil 4'ten anlaşılacağı üzere, COBIT-5 çerçevesinde kullanılan en temel yaklaşım hedef basamakları sistematığıdır. Bu sistematik olarak her kuruma uygulanabilecek özellikte geliştirilmiştir. Buna göre, her kurumun içerisinde bulunduğu çevresel etmenler bir ekosistem meydana getirmekte olup, bu sosyal, ekonomik, ekolojik, bürokratik ve kültürel ekosistemin kurumun paydaşlarının ihtiyaçlarını etkilediği varsayılmaktadır. Dolayısıyla bu ekosistem dikkate alınarak ulusal, bölgesel ve yerel paydaşların ihtiyaçları kurumsal fayda, risk ve kaynak optimizasyonu ile birlikte dikkate alınmalıdır. Kurumsal hedefler bu belirlenmiş olan paydaş ihtiyaçları çerçevesinde biçimlendirilmektedir. Her kurumsal hedefin gerçekleştirilebilmesi için mutlaka bir bilişim sistemi, aracı veya donanımı gibi varlıklara ihtiyaç duyduğundan dolayı bu kurumsal hedefler için bilgi teknolojisi bağıntılı yenilik hedefleri belirlenir. Kurumsal hedefler ile bilgi teknolojileri hedefleri mali destekler, vatandaş memnuniyeti, içsel ve büyüme öğrenme diğer beş ana eksene göre tasnif edilmektedir. En nihayetinde gerçekleştirici hedefleri de bunlara göre belirlenmektedir. Dolayısıyla COBIT-5 hedef basamakları yaklaşımı kurumu çevresiyle bütünlük ve etkileşim içerisinde siber nitelik ve değişken bir sistem olarak ele almakta ve hedefler ile süreçleri de buna göre yapılandırmak gerektiğini savunmaktadır.

Şekil 4. COBIT-5 Hedef Basamakları



Kaynak: ISACA (2012)

6. GÖRECELİLİK VE DİJİTAL GÖRELİLİK

Son yıllarda akademik literatürde kamu politikası ve kamu yönetimi alanlarında diğer disiplinleri de etkileyecek ölçüde güçlü bir “yorumcu dönüş” görülmektedir (Hay, 2011). Kamu yönetimi ve politik araştırma alanında yorumcu analizlerin artan bir hızla kullanılması yanında kamusal alandaki çatışma ve tartışma alanlarındaki kullanışlılık potansiyeli üzerinde kapsamlı analizler yapılabilmektedir (Lejano ve Leong, 2012). Birçok düşünür tarafsız bir bilim, yani ideolojiden bağımsız, doğrunun bire bir temsilini veren toplum bilimleri anlayışına kuşku ile bakmışlardır. Örneğin, postmodernizmin temelini oluşturan görelilik "hermeneutics" yaklaşımı, pozitivist toplum bilimler anlayışını yadsımaktadır. Daha sonraları postmodernistler tarafından da benimsenen yorumcu görelilik anlayışına göre, toplum bilimlerde değişken olan yorumlar belirleyici olacaktır.

Görelilik kuramının dijital alanlara uygulanmasıyla özellikle stratejik bilgi, veri, enformasyon, görüntüler, sesler ve arşivlerin hepsinin 0 ve 1 mantığıyla ardışık bir şekilde ayrıştırılabilen elektrik voltlarından ibaret olduklarını da dikkate almak gerektiği

anlaşılmaktadır. Artık görünür olan kâğıtlar, klasörler, kitaplar, belgeler, film bantları vb. gibi pek çok klasik bilgi ve veri taşıyıcısının artık sadece silikon ortamlardaki elektrik voltlarına dönüştürüldüğü görülmektedir. Dolayısıyla bilginin ne olduğu konusu ta tartışmalı hale gelmiştir.

Doğal olarak yorum, değer yargıları, zaman ve yer boyutlarına göre kişiden kişiye farklılıklar göstereceğinden dolayı yorumların değişkenliği ve yaklaşımların farklılığı üzerinde durmak önem arz etmektedir. Bu noktadan olaya bakıldığında, bilimsel disiplinlerin inceleme nesnesinin veya alanlarının çok belirgin bir şekilde ifade edilmesi imkânsız olabilmektedir. Çünkü insan ihtiyaçları, şartları ve yorumları farklı olacağından belirli bir sınır tayin etmek güç olacaktır. Ancak mevcut durum itibarıyla kendi algımız ve kabullerimiz doğrultusunda izafi sınırlar çizilebilse de bunlar her zaman ve her yerde geçerliliğini koruyamayabilir. Bu bağlamda örgütler veya kamu kurumları için yapılan çözüm önerilerinin tek tipçi olmaması gerektiği söylenebilir. Bu nedenle de COBIT-5 ile önerilen değişken paydaş ihtiyaçlarına göre kurumsal yapılanma savı anlamlı ve desteklenebilir bir nitelik arz etmektedir.

7. SONUÇ

Yukarıda kısaca ilişkilendirilen görelilik teorisi ve bu teoriden beslenen çerçeve standartların da tek tipçi ve tek doğruluktan vazgeçerek gelinen noktada genellemelerden uzaklaşarak ve pozitivist anlayışların terk edilerek zaman, mekân ve öznel durumların özelinde hususileştirilebilecek esnek yaklaşımların benimsenmesinin bir paradigma geriliminin muhtemel nedenleri olarak değerlendirilmektedir. Bunun da COBIT-5 paydaş ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde yapılanma ilkesi ile örtüştüğü görülmektedir. Dolayısıyla COBIT-5 çerçevesindeki yapılanmanın DDK raporu ile tespit edilmiş olunan sorunlardan birisi olan tek tipçi yapılanma sorununu çözebilecek yetkinliği sağlayabildiği ve bunun kavramsal ve kuramsal olarak ilgili teorilerle ilişkilendirilebildiği, düşünsel ve felsefi boyutunun derinliğinin ispatlanabildiği ortaya konulabilmektedir.

Atomdan galaksilere kadar alt ve üst sistemlerin düzenli varlığı ve bunların birbirleriyle olan ilişkilerindeki mükemmellik, suni sistemlerin doğru bir şekilde yapılandırılmaları gerekliliğini ortaya koymuştur. Burada dikkat edilmesi gereken yukarıdaki analizlerle paralel olarak tek tipçi yaklaşımların doğal ortamda fitrat kanunlarıyla da uyumlu olmamasıdır. Yapılması gereken, genel çerçevede tek tipçilik olabılırken detaylarda ilgili bölgenin öncelikleri, kapasite ve ihtiyaçlar doğrultusunda gerekli esnekliğe sahip olmalarının sağlanmasıdır.

Kalkınma ajanslarının tek tipçiliği ile ilgili sorun görelilik ve dijital görelilik değerlendirilebilir mi?

Tek tipçilik sorununun iki farklı standart kapsamındaki kısaca değerlendirmelerin sonucuna göre, tek tipçilik COSO kontrol amaçları ve bileşenleri açısından bir sorun olarak dikkate alınmayabilmekteyken COBIT-5 çerçevesine göre bir yönetim sorunu olarak dikkate çekmektedir. Bu sorunun giderilmesi için Kalkınma Bakanlığı tarafından hazırlanan eylem planlarında hem Bakanlık ve hem de KA tarafından alınacak önlemler belirtilmiştir. Ancak sadece yönetim kurulu ile kalkınma kurulu ile ilgili değişikliklerle

bölgedeki sorumlulukların gözden geçirileceği ifade edilmekte olduğu gibi henüz bu hususlarda yasal bir düzenleme ve idari değişikliklerin yapılmamış olduğu dikkate alındığında bu konuda ek önlemlerin alınması gerektiği söylenebilir. Çünkü görelilik yaklaşımında toptancılık ve tek tipçilik kabul edilemez klişe gibi reddedilir. Bu nedenle de görelilik ve tek tipçilik sorun olarak kabul edilmektedir. Bu kapsamda yapılabilecek ek önlemlerden birisi olarak, bölgesel kaynak ve ihtiyaçlara göre ilgili paydaşların istediği şekilde bir kurumsal yapı ve hedeflerin ortaya konulabilmesine olanak sağlayacak bir teşkilatlanma imkânının sağlanması belirtilebilir.

COBIT-5 çerçevesi tek tipçilik sorununa nasıl bir çözüm getirmektedir ve bu olanaklı mıdır?

COBIT-5 yaklaşımının ve yönetim paradigmasının özünü oluşturan paydaşların ihtiyaçlarına göre, bir organizasyonel yapılanma ve kurumsal iş amaçları doğrultusunda hizalanacak BT hedefleri ve gerçekleştirici amaçlarının kurgulanması gerektiğini savunur (ISACA, 2012). Buna göre paydaş ihtiyaçları, temel belirleyici olmalıdır. Ayrıca kurumsal ihtiyaçlar dönemsel olarak belirlenerek kurumsal hedefler, BT hedefleri ve gerçekleştirici hedefleriyle hizalı olup olmadıkları değerlendirilmelidir. Buna göre KA dinamiklerinde temel paydaşlar olan KK üyelerinin ihtiyaçlarının belirlenmesi büyük önem arz etmektedir. KK ihtiyacı sadece yılda iki defa toplantı yapmak değil, yapılandırılmış bir şekilde KA dinamiklerinden nasıl yararlanabilecekleri, sinerji oluşturma olasılığı, bölgesel potansiyeller açısından oluşturulabilecek iş birliği ve ortaklıklar ile diğer destek programları dâhil olmak üzere pek çok yelpazede ihtiyaçlarının yansıtılabilmesi gerekir. Sadece KK değil, YK, GS ve iç birimlerin ihtiyaçları da dikkate alınabilmelidir.

COBIT-5 ile getirilebilecek olan çözümleme görelilik ve dijital görelilik çerçevesinde teorik ve kavramsal olarak nasıl konumlandırılabilir?

Sosyal bilimlerde yorumcu yaklaşımlar çokça kullanılsa da bu yaklaşımın özellikle ampirik çalışmalarda nasıl olması gerektiğine dair bilgi kıtlığı nedeniyle uygulamada farklılıklar gösterebilmektedir. Aslında bu yorumcu yaklaşımın genelde nasıl olmasına dair de çok az rehber kaynak mevcut olmasına rağmen BT alanlarındaki araştırmalarda yorumculuğun nasıl kullanılacağına dair araştırmalara da ihtiyaç vardır (Butler, 1998).

BT'nin her alanda olduğu gibi bilgi kaynaklarına erişim, yorumlama ve iletişimde yaygınlaşması ve yoğunlaşmasıyla insan varoluşuyla dijital teknolojinin temellerini anlama açısından üretken bir mantık (productive logic) geliştirmek noktasında dijital baskıya maruz kalan yorumcu anlayışın günümüzde artık "dijital metafizik"e karşıt olarak "dijital ontoloji" üzerinde temellendirilen "dijital hermeneutics" gibi paradigmaların kullanıldığı görülmektedir. Bu çerçevede geliştirilmiş olan "üretken mantık", çağdaş hermetik yaklaşımı yadsıyacak şekilde mevcut bilimin kurgulanmış olduğu öz-anlamayı aşarak ve temel kavramlarını gözden geçirerek yeni bir araştırma dönemine girildiğinin işaretlerini vermektedir (Capurro, 2010). Üretken mantığın dijital yorumlama ile sürdürülebilir bir şekilde katma değer üreterek BT hedeflerine, kurumsal hedeflere ve dolayısıyla paydaşların ihtiyaçlarının karşılanması da olanaklı olabilecektir.

COBIT-5 ile gelinecek noktada her kurumun paydaşlarının ihtiyaçlarının farklı olabileceği dikkate alınarak paydaşlar tarafından yapılan yorum ve ihtiyaç taleplerine uygun

kurumsal hedeflerin ortaya konulması önermesi pozitivist bilim anlayışının çıkmazlarının giderilmesi noktasında bir cevap olabilmektedir.

DDK tarafından yapılmış olan tek tipçi yapılanmanın yorumsalcılık akımı çerçevesinde bir sorun olarak ifade edilebileceği söylenebilir. Çünkü tek tiplene yaklaşımı genelleyici bir yaklaşım olup farklılıkların olabileceğini dikkate almayan ve yerel dinamiklerle bölgesel potansiyellere göre gerekli olabilecek yapılanmalardaki farklılıkları dışlayıcı bir nitelik göstermektedir.

KAYNAKÇA

- Aykın, H., Arslanbaş, M., Dere, A., Özçelik, A., Boyalı, C., Ceceli, F. vd. (2014). Kalkınma Ajansları İnceleme ve Araştırma Raporu (Hizmete Özel). Ankara: Cumhurbaşkanlığı Devlet Denetleme Kurulu. [Erişim: 14.06.2016] <http://www.tccb.gov.tr/assets/dosya/20140130-2014-03.PDF>
- Butler, T. (1998). Towards a hermeneutic method for interpretive research in information systems. *Journal of Information Technology*, 13(4), 285-300. doi:10.1057/jit.1998.7
- Capurro, R. (2010). Digital hermeneutics: an outline. *AI & society*, 25(1), 35-42.
- Efe, A. (2015). *Türkiye'de Kalkınma Ajansları için bir Yönetişim Modellemesi: COBIT-5*. Basılmamış Doktora Tezi. Ankara: TODAİE
- Garriga, E. (2014). Beyond stakeholder utility function: Stakeholder capability in the value creation process. *Journal of Business Ethics*, 120(4), 489-507. doi:10.1007/s10551-013-2001-y
- Hay, C. (2011). Interpreting interpretivism interpreting interpretations: The new hermeneutics of public administration. *Public Administration*, 89(1), 167-182. doi:10.1111/j.1467-9299.2011.01907.x
- ISACA (2012). *COBIT 5: A Business Framework for the Governance and Management of Enterprise IT*. Rolling Meadows, IL: ISACA.
- Karatop, B., Karahan, A. G., & Kubat, C. (2011). First Application of Total Quality Management In Ottoman Empire: Ahi Organization. In *7th Research/Expert Conference with International Participations "QUALITY"* (pp. 1109-1114). June 01-04, Neum, B&H. [Erişim: 14.06.2016], <http://www.quality.unze.ba/zbornici/QUALITY%202011/184-Q11-188.pdf>
- KB-BGYUGM (2014). *Devlet Denetleme Kurulu Kalkınma Ajansları Araştırma ve İnceleme Raporu Kapsamında Alınacak Tedbirler*. Hizmete Özel. Ankara: Kalkınma Bakanlığı.
- Lejano, R. P., & Leong, C. (2012). A hermeneutic approach to explaining and understanding public controversies. *Journal of public administration research and theory*, 22(4), 793-814. doi: 10.1093/jopart/mus001
- TBMM (2006). *5449 Sayılı Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkında Kanun Genel Gereği*. [Erişim: 05.09.2014],

<http://www.dika.org.tr/photos/files/Kalk%C4%B1nma%20Ajanslar%C4%B1n%C4%B1n%20Kurulu%C5%9Fu,%20Kooordinasyonu%20ve%20G%C3%B6revleri%20Hakk%C4%B1nda%20Kanunun%20Genel%20Gerek%C3%A7esi.pdf>

İktisadi Büyüme ve Araştırma & Geliştirme (Ar-Ge) Harcamaları İlişkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme^a

Seyfettin ERDOĞAN¹, Şerif CANBAY^{2,b}

¹ Prof. Dr., İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İktisat Bölümü- İstanbul / Türkiye

² İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İktisat Bölümü- İstanbul / Türkiye

Başvuru tarihi: 25 Nisan 2016 Düzeltme tarihi: 27 Temmuz 2016 Kabul tarihi: 15 Ağustos 2016

Öz

İktisat literatüründe teknoloji ve Araştırma ve Geliştirme (Ar-Ge) faaliyetlerinin iktisadi büyüme üzerindeki etkileri uzun zamandır araştırılmaktadır. Teknolojik yeniliklerle Ar-Ge faaliyetlerinin çok sayıda iktisadi büyüme etkileme kanalları bulunmaktadır. Bunların başında gelen teknolojik yeniliklerin üretimde verimliliği artırarak ekonomik büyüme pozitif yönde etkilemesidir. Teknolojik yeniliklerin ortaya çıkmasını sağlayan en önemli faktör ise Ar-Ge faaliyetleridir. Bu alanda yapılmış birçok çalışmanın bulguları göstermiştir ki ülkelerin teknolojik birikim seviyesi ve Ar-Ge faaliyetlerinin düzeyi ekonomik büyüme performansını doğrudan etkilemektedir. Ar-Ge faaliyetlerinin artması neticesinde geliştirilen teknolojik bilgi, ekonominin geneline yayılarak iktisadi büyüme olumlu yönde etkilemektedir. Bu çalışmada Ar-Ge faaliyetleri ile iktisadi büyüme ilişkisi teorik düzeyde irdelenmeye çalışılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişki, içsel büyüme modelleri öncesi ve içsel büyüme modelleri dönemi şeklinde tasnif edilmiştir. Sonuç kısmında ise Ar-Ge harcamaları ve yatırımlarının iktisadi büyüme olan katkısının artırılabilmesine yönelik siyasi iktidara düşen görevlere değinilmiştir.

Anahtar Kelimeler

İktisadi Büyüme, Ar-Ge, Teknoloji, İçsel Büyüme Modelleri

^a Bu çalışma, 2016 yılında İstanbul Medeniyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından kabul edilen "Ar-Ge Harcamalarının Makroekonomik Etkileri: Seçilmiş Ülke Örnekleri" adlı Doktora tezinden türetilmiş olup ayrıca BAP tarafından desteklenmiştir (Proje No: 595).

^b Sorumlu Yazar/Corresponding Author: İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Güney Yerleşkesi, A Blok 2. Kat, Dumlupınar Mahallesi, Kadıköy/İstanbul/Türkiye.
e-posta: serifcanbay@hotmail.com

A Theoretical Investigation about the Relationship of Economic Growth and Research & Development (R&D) Expenditure

Abstract

In the economics literature, it has been investigated for a long time whether technology and Research and Development (R&D) activities have an effect on economic growth. Technological innovations contribute to the economic growth by increasing productivity in the production process. One of the most important factors in technological innovations are R&D activities. Today, many economists point out the differences of R & D activities and technological knowledge as the reason of differences in countries economic levels. In this study, the opinions of some foremost economists about R&D and technology in the economic literature, associated economic growth models as Pre Endogenous Growth Model period and Endogenous Growth Models period and R&D issues were examined under headings.

Keywords

Economic Growth, R&D, Technology, Endogenous Growth Models

1. GİRİŞ

Refah seviyesinin en önemli belirleyicilerinden biri olan iktisadi büyüme, tüm ülkeler açısından güncelliğini yitirmeyecek derecede önemli bir konudur. Günümüzün gelişmiş ekonomilerinde iktisadi büyümenin en önemli faktörleri arasında teknolojik gelişme ve inovasyon başta gelmektedir. Teknoloji ve inovasyondaki gelişmeleri belirleyen en önemli faktör ise Ar-Ge faaliyetleridir.

18. yüzyıldan bu yana bağımsız bir bilim durumuna gelen iktisat, teknolojik yeniliklerin ekonomik dinamiklerin değişimi üzerindeki etkisini hiçbir zaman dışlamamıştır. Fakat teknoloji, inovasyon ve Ar-Ge her ne kadar önem arz eden bir faktör olarak benimsenmiş olsa da çoğu iktisatçı 20. yüzyıla kadar bu faktörleri bir girdi olarak kabul etmemiştir. 20. yüzyıldan sonra geliştirilen modellerde ise bu terimler iktisat biliminin ilgili olduğu üretim, tüketim, istihdam ve büyüme gibi konuların sonuçlarını giderek daha yoğun bir biçimde etkilemesinden dolayı analizlere dahil edilmiştir (Doğan ve Öcal, 2007: 10).

Teorik çerçeve olarak ele almış olduğumuz çalışmamızın bu kısmını içsel büyüme modelleri öncesi ve içsel büyüme modelleri dönemi Ar-Ge ve Teknoloji başlıkları altında incelemeye devam edeceğiz.

2. İÇSEL BÜYÜME MODELLERİ ÖNCESİ AR-GE VE TEKNOLOJİ

Klasik iktisatçılar, ardından 1980’li yılların başına kadar hâkimiyetini sürdüren Neoklasik iktisatçılar ve Evrimci yaklaşım İçsel Büyüme Modelleri ortaya çıkıncaya kadar teknolojik gelişmenin iktisadi büyüme ile olan ilişkisini tam anlamıyla açıklamakta güçlük yaşamışlardır. Bu nedenden dolayı Ar-Ge ve teknolojik gelişmeyi iktisadi büyümede dışsal kabul eden ve yeterince ifade edemeyen iktisadi yaklaşımları ve temsilcilerini bu başlık altında ele alarak çalışmamıza devam edeceğiz.

2.1. Adam Smith

Adam Smith, “Ulusların Zenginliği” (The Wealth of Nations) adlı kitabını, İngiltere’de Sanayi Devrimi’nin başlangıç döneminde yazmış ve kitabında İngiltere’de yaşam standartlarının neden diğer Avrupa ülkelerinden daha yüksek olduğunu, imalat sanayisinde işbölümü, yeni makinelerin kullanımı ve makineleri kullananların uzmanlaşma becerileri üzerinde durarak anlatmaya çalışmıştır (Freeman ve Soete, 2003: 39).

Smith, işbölümü ve uzmanlaşma kavramıyla büyümenin gerçek nedeninin emek olduğunu ileri sürerek, zenginliğin ve verimlilik artışının gerçek kaynağı olarak işbölümü neticesinde ortaya çıkan üretim artışları olduğunu ifade etmiştir (Smith, 2012: 12). Smith, işbölümünün makinelerin ve üretim yöntemlerini değiştirdiğini dolayısıyla inovasyonları ortaya çıkarttığını, bu sayede ise üretimde artan verimler yasaının geçerli olduğunu varsaymaktadır. Smith, makinelerin gelişmesinin hem üreticiler ve makineleri kullananlar, hatta görevleri hiçbir şey yapmamak fakat işleri her şeyi gözlemlemek olan “filozoflar ve düşünürler” tarafından gerçekleştirildiğini söylemiştir. Burada filozof ve düşünürden kasıt bilim adamı veya araştırmacılarıdır (Freeman ve Soete, 2013: 10).

Smith inovasyon ve icatları işletmelerin üretim mekanizmasındaki değişikliklerden dolayı aşırı kar elde etmesini sağlayan bir nevi olağanüstü olay olarak tanımlamıştır. Şöyle ki icatlar neticesinde elde edilen üretimdeki sırlar, ticaretteki sırlardan daha uzun süre saklanabilir. Yaygın olarak kullanılan maddelerin yarı fiyatına bir rengi üretmenin yolunu bulmuş olan bir boyacı, iyi bir yönetimle, bu keşfinin avantajının keyfini yaşamı boyunca sürebilir ve hatta bunu varislerine bir yasal hak olarak aktarabilir (Smith, 2012: 58). Dolayısıyla uzmanlaşma beraberinde Ar-Ge faaliyetlerini, Ar-Ge faaliyetleri ise işletmelerin aşırı kar elde edip büyüebilmelerinin önünü açan icat ve keşifleri beraberinde getirmektedir. Ayrıca bu icatların patentler yoluyla koruma altına alınabileceğini de ifade etmektedir.

Smith genel olarak işbölümünü ve uzmanlaşmayı Ar-Ge ve inovasyonun önüne koymaktadır. Bunun nedeni sanayi devriminin başlangıcı ile yayımladığı kitabın aynı döneme denk gelmesi olabilir. Dolayısıyla sanayi devriminden sonra ortaya çıkan birçok teknolojik inovasyon, eserinde yer almadığı gibi teknoloji de başlı başına bir konu olarak ele alınmamıştır.

2.2. David Ricardo

David Ricardo, 1817 yılında sanayi devriminde yayımladığı “Ekonomi Politğin ve Vergilendirmenin İlkeleri” (On The Principles on Political Economy and Taxation) isimli kitabında makinelerdeki gelişmenin öneminin farkında olduğunu ve işçi sınıfı haricinde tüm sınıflar için olumlu sonuçlar doğurduğunu belirtmiştir. Ricardo’nun eserinde “makinelerdeki gelişme” (Ricardo, 2007: 71) olarak kullandığı kavramdan teknolojik gelişme kastedilmiştir.

Ricardo (2007: 118)’ya göre makine kullanımı ve makinelerin gelişmesi sonucunda emek miktarının azalması gelirin harcandığı malların fiyatlarını düşürecektir. Böyle bir durum ise bireylerin reel gelirlerini ve tasarruflarını arttırarak refah seviyelerini yükseltebilecektir.

Ricardo (2007: 336), makine kullanımının emekçilerin nominal ücretlerinde bir değişikliğe yol açmayacağını fakat daha fazla mal satın alma imkanı elde edebileceklerini, böyle bir durumda ise kapitalistlerin de emek talebinin değişmeyeceği söyler. Böyle bir durum neticesinde makinelerin kullanımı işçi sınıfına olumsuz bir etki oluşturmadığını hatta fayda sağlayacağını da belirtir. Ricardo eserinin 1821 yılındaki üçüncü baskısına “Makineler Üzerine” adlı bir bölüm eklemiş ve bu bölümde ise makinelerdeki gelişmenin kapitalistler ve toprak sahiplerinin lehine devam ettiğini belirterek daha önceden yaptığı açıklamaların aksine makinelerdeki gelişmelerin işçi sınıfının çıkarlarına da çok zarar verdiğine inandığını ifade etmiştir. Makinelerin gelişmesi ve yaygınlaşması neticesinde malların fiyatı düşse de, emeğe olan talep mutlaka azalacak ve işsizlik artacaktır (Ricardo, 2007: 337-338).

Ricardo’ya göre işçilerin aleyhine sonuçlar doğuran makineleşme kapitalistlerin lehine sonuçlar doğurmaktadır. Makinelerin kullanılmaya başlanmasıyla birlikte mal fiyatlarının düşmesi sayesinde kapitalistin hem istekleri karşılanabilecek hem tasarruf miktarı artacak, hem de gelirin sermayeye aktarılması kolaylaşacaktır (Ricardo, 2007: 336-338). Ricardo burada anlaşılacağı üzere dışsal bir faktör olarak değerlendirdiği teknolojinin sermaye birikimi üzerinde nasıl etkileri olacağını ortaya koymuştur.

Ricardo teknolojik gelişme ve uluslararası ticaretin ekonomik büyümeyi arttıracığını ancak teknolojik gelişmenin işsizliği artırması sebebiyle büyümeyi olumsuz etkileyebileceğini vurgulamıştır.

2.3. Karl Marx

Karl Marx kapitalist ekonomi modelinde sermaye mallarında teknolojik yeniliklere önem atfeder ve burjuvazinin, üretim araçlarında devamlı surette devrim yapmadığında ömrünün uzun olamayacağı şeklinde açıklamada bulunur (Freeman ve Soete, 2003: 2-3). Marx, Londra’da yapmış olduğu önemli gözlemler ve araştırmalar neticesinde ortaya koymuş olduğu eseri olan Kapital’in ilk baskısında “teknoloji” kavramının üretkenliği arttırdığını ifade etmiştir (Roth, 2010: 1235). Marx, endüstriyel kapitalizmin büyük teknolojik başarılarını net olarak kabul etmişti. Ona göre kapitalistler muazzam bir şekilde başarılı olmuşlardır. Aynı zamanda Marx, teknolojik buluşların, boyun eğmeyen

veya ayaklanan işçilere engel olmak için kasıtlı olarak icat edildiğine inanıyordu (Basalla, 2013: 174-175).

Üretim zamanını kısaltmanın yolu olarak emeğin daha yüksek verimliliği olan sanai ilerlemeyi işaret eden Marx, yeni icat edilen ya da geliştirilen üretim yöntemlerinin önceden daha zor nitelikte olan işleri, sonradan daha az zahmetle ve düşük maliyetlerle gerçekleştirilebileceğini ifade eder (Marx, 2011b: 68). Burada teknolojik değişimin ve inovasyonun ülkelerin ve firmaların maliyetlerini düşürerek büyüme imkanı yakalayacağını savunmaktadır.

Marx, inovasyonlar ve teknolojik ilerlemeler sayesinde makinelerdeki gelişmelerin, üreticilere üretimi artırma imkanı sağladığını (Marx, 2011a: 92) ifade ederek büyümenin yolunun Ar-Ge faaliyetleri neticesinde elde edilebilecek inovasyon ve icatlardan geçtiğini işaret etmektedir. Marx (2011b: 95), mekanik ve kimyasal buluşların tasarrufları arttırarak ekonomiye katkı sağladığını ifade eder.

Toplumların şeklinin teknolojik gelişmelerle belirlendiğini söyleyen Marx, iktisadi kalkınmanın önemli belirleyicilerinden olan teknolojik yeniliklerin zihinsel beceriler neticesinde ortaya çıkartıldığı görüşündedir (Marx, 2015: 464).

Marx'ın kapitalist ekonomilerin büyümesi konusundaki görüşleri günümüzdeki gelişmiş ekonomilerin gelişimini açıklamaktan oldukça uzaktır. Gelişmiş ülkelerde uygulanan reform ve ekonomik politikalar ücretleri düşürmek için yeterli olamamış ve genel olarak değerlendirildiğinde bu ekonomilerin refah düzeylerinde artışlar yaşanmıştır. Teknolojik ilerlemeler ile bu ekonomilerde kârların azalması yerine aksine artmasına neden olurken diğer yandan verimlilik artışları nedeniyle ücret artışları da olumlu yönde gelişme göstermiştir.

2.4. Joseph Alois Schumpeter

Joseph Alois Schumpeter, inovasyon terimini ilk kez 1912 tarihli “Ekonomik Kalkınma Teorisi” (Theory of Economic Development) adlı ekonomik değişimi açıklamayı amaçladığı kitabında ele almıştır. Schumpeter, kapitalist ekonomik sistemin statik bir yapıya sahip olmadığını aksine kapitalist ekonomik sistemin mevcut kaynaklarıyla yeni ürün ve üretim teknikleri ile kendiliğinden otomatik olarak yenilenen bir yapıda olduğunu söyler. Ona göre mevcut bütün sistem devamlı bir değişim içindedir. Sonuç olarak kapitalist sistemde ekonomik gelişme, değişimle eş anlamdadır (Schumpeter, 2014: 45-46). Schumpeter ayrıca kapitalist sistemin işleyişini sağlayan unsurların; yeni bulunan üretim teknikleri, bu teknikler ile meydana gelen tüketicilerin kullandığı yeni ürünler, yeni nakliye koşulları, yeni pazarlar ile birlikte yeni örgütlenmelerin çeşitleri olduğunu ifade eder (Schumpeter, 2014: 102). Dolayısıyla Schumpeter'e göre, ekonomik gelişmenin motoru Ar-Ge ve inovasyondur. Bu sebepten dolayı Schumpeter inovasyon teorisinin kurucusu olarak kabul görmektedir (Lundvall, 2007: 10).

Schumpeter'e göre iktisadi büyümeyi, inovasyon, yaratıcı yıkım, teknolojik rekabet gibi faktörler etkilemektedir. Schumpeter, teknolojik yeniliklerin, iktisadi büyümenin ana belirleyicilerinden olduğu düşüncesindedir (Schumpeter, 1939: 83-84). Teknolojik gelişme, inovasyon ve icatlar üretim mallarının, ürün kalitelerinin iyileştirilmesi modern girişimciliğin genel olarak gelişmesini sağlar. Bu iyileşme süreci, ek giderlere sahip olsa

da olmasa da, iyileşme yolunda olan bir malın fiyatını etkiler. Yani inovasyon ve teknolojik gelişim fiyatların katılığını ortadan kaldırır. Bu ise girişimcilerin firmaların varlıklarını sürdürebilmeleri için Ar-Ge faaliyetlerini firma bünyelerinde bulundurmalarını gerekli kılmaktadır (Schumpeter 2014: 114-115).

Schumpeter kapitalist ekonomide firmalardaki ve tüketicilerdeki inovasyon talebinin ortaya çıkmasıyla birlikte üretim ve tüketimi teşvik edeceğini bu durumun ise piyasaları daraltabileceğini, büyütebileceğini veya tamamen yok edebileceğini ifade eder. Schumpeter piyasaların daralıp yok olmasına “yaratıcı yıkım” (creative destruction), piyasanın gelişmesine ise “yaratıcı birikim” (creative accumulation) adını vermiştir.

Schumpeter’e göre kalkınmanın taşıyıcısı da mucit değil, girişimcidir. Mucidin ortaya çıkardığı icat, pazar ya da sektörlerde yenilik olarak kullanılmadığı sürece büyümenin belirleyicilerinden olması mümkün değildir. İcadın anlam kazanması onun yenilik haline getirilmesi ile mümkün olabilmektedir. Dolayısıyla icadın anlam ifade edebilmesi mucitten ziyade icadı yeniliklere dönüştürebilen yenilikçiler vasıtasıyla gerçekleşmektedir. Burada yenilikçi olarak ifade edilen bireyler girişimcilerdir. Kısacası icattan ziyade girişimciler ekonomide hareketliliğin gerçekleşmesini sağlayan motor vazifesini üstlenmektedirler (Schumpeter, 1947: 152-153).

Özetleyecek olursak Schumpeter, kapitalizmin yenilikler ve bu yeniliklerin getirisi olan kâr üzerine kurulduğunu vurgular. İşletmeler tekelci yüksek kârlar elde edebilmek için devamlı kendi aralarında teknolojik rekabet içindedirler. Bu süreç devam ettiği takdirde teknolojik gelişme ve ekonomik büyüme gerçekleşecektir.

2.5. Neoklasik Yaklaşım ve Robert M. Solow

Neoklasik büyüme modelinin en ünlü temsilcisi 1956 tarihli “İktisadi Büyüme Teorisine Bir Katkı” (A Contribution to the Theory of Economic Growth) ile 1957 tarihli “Teknik Değişim ve Bütüncül Üretim Fonksiyonu” (Technical Change and the Aggregate Production Function) adlı çalışmalarıyla Robert M. Solow’dur. Diğer bir önemli temsilcisi ise 1972 yılında iktisat Nobel ödülü kazanan Kenneth J. Arrow’dur. Arrow 1962 yılında yayımladığı “Yaparak Öğrenmenin Ekonomik Çıkarımları” (The Economic Implications of Learning by Doing) adlı makalesinde iktisat literatüründe önemli bir yer tutan “Yaparak Öğrenme” (learning by doing) kavramını ortaya çıkartan önemli iktisatçılardandır.

Arrow, teknolojik gelişmenin, “yaparak öğrenme” sürecini kapsayan tüm ekonomi genelindeki sermayeyle ilişkili olduğunu kavramına dayanan tezi ile üretim sürecinde tecrübe ve teknolojik gelişmeyle bilginin sürekli arttığını belirtmiştir. Bilginin önemini devamlı olarak vurgulayan Arrow (1962) firmaların faaliyetleri neticelerinde elde edecekleri getirinin bilginin getirisine nazaran daha önemsiz olduğunu söyler. Arrow’a göre insanların eğitimini hızlandırmak için, eğitim-araştırma kurumları tesis edilmelidir. Ancak Arrow’a göre bilgiyi edinmek basit bir ürünün üretilmesi esnasında da kazanılabilir. Kısaca Arrow bilginin ve öğrenmenin iş başında da tecrübeyle kazanılabileceğini, teknolojik gelişmenin bu anlamda üretim süreçlerinin içinde de olabileceğini vurgulamıştır.

Neoklasik yaklaşım içerisinde Solow'un makalesi teknolojik gelişmenin modelleme sürecine ilk dahil edildiği çalışma olması bakımından önemlidir. Solow'un büyüme modeli, Harrod'un bıçak sırtı dengesine karşı tepki olarak ortaya çıkmıştır (Solow, 1956: 65). ABD ekonomisinin verilerinden hareketle 1957 yılında bir çalışma yapan Solow, ekonomik büyümenin teknolojik ilerlemeden kaynaklandığı sonucuna ulaşmıştır (Solow, 1957: 312).

Teknolojiyi cennetten düşen bir meyve olarak ifade etmesinin yanında dışsal bir faktör olarak ele alan Solow teknolojiyi, ekonomiye süratle entegre olabilen bağımsız bir etken olarak niteler. Bunun yanın da teknolojinin daha gelişmiş seviyelerde olması işgücünün de üretkenliğini artırdığını iddia eder (Jones, 2001: 33).

Solow, teknolojik ilerlemelerin, üretimde bir patlama derecesinde büyümeyi tetikleyebileceğini ve bu patlama neticesindeki ürün atışlarının ise tasarruf ve yatırımları artırarak büyümeyi daha da artabileceğini söyler (Solow, 1956: 85). Solow büyüme teorisi geliştirirken, işgücü ve sermaye artışı dışında kalan ekonomik büyümenin açıklanamayan kısmı literatüre "Solow Artığı" ismiyle yerleşmiştir. Solow ekonomik büyümenin açıklanamayan kısmının teknolojik gelişmeden kaynaklandığını vurgulayarak ekonomik büyümenin temel kaynağını teknolojik gelişme olduğunu ifade etmiştir.

Neoklasik yaklaşım uzun vadeli büyümeyi teknoloji temelli açıklamaya çalışmış fakat klasik yaklaşımda olduğu gibi teknolojiyi dışsal olarak ele almıştır. Neoklasik büyüme modeli ekonomik büyümenin artması için teknolojik gelişmenin gerekli olduğunu açıklamakla birlikte teknolojik gelişmenin nasıl sağlanabileceği konusuna herhangi bir açıklama getirmemiştir.

2.6. Evrimci (Neo-Schumpeteryan) Kuram

Evrimci kuram Neoklasik kuramın açıklayamadığı firmalar arası teknolojik açıklık sorunu üzerinde yoğunlaşmış açıklamaya çalışan bir yaklaşımdır. Evrimci yaklaşımı iktisat literatürüne kazandıran iktisatçıların başında Thorstein Veblen (1857-1929) gelmektedir. Veblen, makinelerin yaşamın en ince çatlaklarına ve en büyük oyuklarına kadar girmesinin, insanın hayvanları evcilleştirmesi veya kentlerde yaşamayı öğrenmesiyle karşılaştırılabilecek bir devrimi gerçekleştirmek olduğunu görmüştür. Makineyi yaşadığı dönemin ekonomik yaşamının öncelikli gerçeği olarak algılaması, onun en büyük başarılarından birisidir (Heilbroner, 2013: 214).

Evrimci kuram daha çok Nelson ve Winter'in 1982 yılında yayımlanan "Ekonomik Büyümenin Evrimci Teorisi" (An Evolutionary Theory of Economic Change) isimli kitabından sonra yaygınlık kazanmıştır. Nelson ve Winter (1982), Schumpeter'in yaklaşımını inceledikleri çalışmalarında, firmaların öğrenme yetenekleri, teknolojik bilgiyi ortaya çıkarma ve etkin teknolojiyi seçip kullanma davranışları üzerinde durmuşlardır (Nelson ve Winter, 1982: 209-210). Bu kuram aynı zamanda Schumpeter'in geliştirdiği teorik yaklaşımdan da ciddi biçimde yararlanmışır.

Nelson ve Winter'a göre firmalar belirli bir rutin doğrultusunda hareket ederler. Firmalar faaliyetlerinin her aşamasında yeni rutinler geliştirerek, rakip firmaların rekabet ortamında yeni rutinler geliştirmesini teşvik edici bir rol üstlenmektedirler. Rutinler

sürekli olabilmesinin yanı sıra değişebilen bir özelliğe de sahiptir. Yazarlara göre rutin geliştirme konusunda performans sahibi olan firmalar pazarda payını artırdıkça diğer rakip firmalar sektör dışına itilirler (Nelson ve Winter, 1982: 9-18). Buradan anlaşılacağı üzere işletmelerin önemli bir kısmı mevcut durumu idame etmeyi ve yaptıkları işi yeterli bulurken, diğer bir grup işletme ise daha etkin ve farklı sonuçlar doğuracak Ar-Ge faaliyetleriyle uğraşırlar. İşletmenin büyümesini sağlayacak yeni rutinler iki şekilde ortaya çıkabilir. Bunların ilki işletme bünyesinde yapılacak Ar-Ge faaliyetine bağlı olarak ortaya çıkacak inovasyon sonucu, bir diğeri ise işletmenin yenilikçi olan bir firmayı taklit etmesi şeklinde gerçekleşebilir.

Evrimci kurama göre teknolojik değişim, firmaların Ar-Ge yatırımlarını ve faaliyetlerini artırmalarıyla sağlanmaktadır. Evrimci kuramın en önemli özelliği teknolojik gelişmeyi ekonomik gelişmenin motoru olarak sayması ve teknolojik değişimin ekonomide içsel olduğu yönünde görüşe sahip olmasıdır.

3. İÇSEL BÜYÜME MODELLERİNDE AR-GE VE TEKNOLOJİ

1980’li yılların sonlarına doğru iktisat teorisi ve uygulamalarındaki yaşanan bazı önemli gelişmelerle birlikte bazı ülke ekonomilerinde yaşanan dönüşümlerin de katkısıyla yeni bir akım ortaya çıkmıştır (Fine, 2000: 245). Temellerinin Paul M. Romer (1986) ve Robert E. Lucas’ın (1988) bilgiyi içeren bir ekonomik büyüme modeli üzerine yaptıkları çalışmalar “Yeni Büyüme Teorisi” ya da “İçsel Büyüme Modelleri” olarak da isimlendirilen teorileri oluşturmuştur.

Bu kısımda içsel büyüme modellerinden Ar-Ge ve teknolojiye dayalı içsel büyüme modelleri varsayılan Lucas, Barro, Romer, Grossman-Helpman ve Aghion-Howitt’in görüşlerine yer verilmektedir.

3.1. Robert E. Lucas Modeli

Robert E. Lucas’ın 1988 yılında yayımlanan “ İktisadi Kalkınma Mekanizmaları Üzerine” (On the Mechanics of Economic Development) isimli makalesi beşeri sermayenin ekonomik büyüme ile ilişkisini açıklayan ilk içsel büyüme modelidir. Bu modelde beşeri sermaye büyümenin kaynağı durumundadır. Lucas fiziki sermaye birikimini ve teknolojik ilerlemeleri Neoklasik üretim fonksiyonuyla modelleyerek içsel büyüme modellerine farklı bir bakış açısı getirmiştir.

Lucas çalışmasında içsel büyüme modellerine rasyonel beklentileri de dahil ederek, ekonomide fiziksel sermaye, beşeri sermaye ve teknolojik gelişme üzerinde yoğunlaşmıştır (Lucas, 1988: 5-7). Lucas, teknolojinin ekonomik büyüme sürecinde beşeri sermaye vasıtasıyla, daha önceden iki işçinin yaptığı bir işi, teknolojiyi kullanan bir işçinin yapmasıyla artan üretkenliğin ekonomik büyümeye katkı sağlayacağını iddia etmiş, eğitilmiş ve beceri kazandırılmış işgücünün, beşeri sermayeyi yeni teknolojilere alternatif veya tamamlayıcı olarak ekonomik büyümenin motoru olduğunu ifade etmiştir (Lucas, 1988: 17). Lucas bunun yanı sıra devlet desteği ile eğitime ve teknolojik altyapının geliştirilmesine yapılan yatırımların, beşeri sermaye birikimine pozitif katkı

sağladığını bu durumun ise ekonomik büyümeye fiziki sermayenin etkisinden daha fazla olumlu etkisi olacağını söylemektedir (Başçı ve Voyvoda, 2001: 3).

Lucas (1988) çalışmasında, beşeri sermaye birikiminin yaparak öğrenme aracılığıyla da artabileceğini, ileri teknoloji mal üreten sektörlerde yaparak öğrenmenin daha hızlı olacağını ve dolayısıyla beşeri sermaye birikiminin de daha hızlı artacağını ifade etmektedir (Lucas, 1988: 27-28). Lucas'ın yaparak öğrenme modelinde ülkeler beşeri sermaye faktörlerine uygun malları üretecektir. Teknolojinin yüksek olduğu ülkelerde, beşeri sermaye birikiminin artış göstermesi bu ülkelere doğru az gelişmiş ülkelere emek göçlerine neden olabilecek ve Neoklasik büyüme modelinin öngördüğü koşullu yakınsama, ülkelerarasında gerçekleşemeyebilecektir (Lucas, 1988: 32-33). Kısacası bu türden göçlerin yaşanması durumunda az gelişmiş ülkelerde ekonomik büyüme gelişmemekte ve dolayısıyla gelişmiş ülke ekonomilerinin de durgun duruma girmeleri engellenmektedir. Lucas'a (1988) göre ülkelerin tümünün benzer ve yakın teknolojiye sahip olması halinde beşeri sermaye yer değiştirmek zorunda kaymayacaktır. Başka bir ifade ile gelişmekte olan ülkelere gelişmiş ülkelere emek hareketi yaşanmayacaktır.

3.2. Robert J. Barro Modeli

Robert J. Barro'nun 1990 yılında yayımlanan "Basit Bir İçsel Büyüme Modelinde Kamu Harcaması" (Government Spending in a Simple Model of Endogenous Growth) başlıklı eserinde içsel büyüme modeline kamu harcamalarını ilave etmiştir. Bununla birlikte verimli alanlara kamunun yapacağı yatırım ve harcamaların iktisadi büyümeye olumlu etkisi olacağını ileri sürmektedir.

Barro çalışmasında özel sektörün, kamu malları üretmede yetersiz kaldığını dolayısıyla kamunun eğitim, sağlık, diğer alt yapı yatırımları, Ar-Ge faaliyetlerini yaygınlaştırma, teknoloji transferi, haberleşme ağlarının güçlendirilmesi, mülkiyet haklarının korunması vb. gibi özel sektörün de etkinliğini artıracak faaliyetleri yürütmesi gerekliliği üzerinde durmuştur. Barro, vergilerle finanse edilen kamu harcamalarını ekonomide bir üretim girdisi olarak ele alıp, üretim ve fayda fonksiyonlarına yapacağı etkileri analiz ederek, kamu harcamalarının ülkelerin ekonomik büyüme oranlarını etkilediğini ifade etmiştir (Barro, 1990: 104-106).

Barro modelde fiziksel ve beşeri sermaye birikimi için firmalar ve hükümet politikalarının ekonomik teşvikleri değiştirerek vergiler ve sübvansiyonlar yoluyla, Ar-Ge ve eğitime yaptıkları yatırımın etkilerini analiz ederek teknolojiye ilişkin büyüme üzerine etkisini açıklamaya çalışmaktadır (Han ve Kaya, 2004: 304). Barro, tam rekabet piyasası koşulları altında iktisadi büyümenin maksimize edilebilme koşulu olarak GSYİH içindeki kamu harcamaları payının, gerçekleşen kamusal hizmetler/GSYİH oranına denk olmasına bağlar. Ancak bu şartlar altında Ar-Ge faaliyetlerinin teşvik edilmesi ve doğrudan sağlanan kamusal hizmetler en uygun düzeyde olabilecektir. Kamu harcamalarındaki artışlar vergilerle finanse edildiğinde vergi artışına dolayısıyla tasarrufların azalmasına sebep olarak büyümeyi olumsuz olarak etkileyecektir. Kamunun mülkiyet haklarının korunmasına yönelik yaptığı harcamalardaki artış ise vergi oranlarının azalmasına yol açacaktır (Barro, 1990: 109-116). Vergi oranlarındaki bu düşüşler ise iktisadi büyüme ile birlikte özel sektörün Ar-Ge faaliyetlerini pozitif yönde destekleyecektir.

3.3. Paul Romer Modeli

Ar-Ge tabanlı büyüme modelinin kurucusu kabul edilen Romer, 1986'da içsel büyüme modellerinin başlangıcı olarak görülen "Artan Getiriler ve Uzun Dönem Büyüme" (Increasing Returns and Long-Run Growth) adlı çalışmasıyla iktisadi büyümeye farklı bir renk katmıştır.

Romer çalışmalarında en önemli görevi Ar-Ge'ye atfeder. Ar-Ge birimlerindeki beşeri sermaye ve bu birimlerin faaliyetleri neticesinde meydana gelen yeni ürün ya da üretim metotları Romer'in çalışmasının temelini oluşturmaktadır (Romer, 1986: 1002-1003).

Romer 1986 yılındaki çalışmasından sonra Ar-Ge'yi büyümenin itici gücü olarak niteleyeceği 1990 yılında yayımlanan "İçsel Teknolojik Değişim" (Endogeneous Technological Change) adlı çalışmasında Ar-Ge tabanlı ekonomik büyüme modeli fikrini ilk kez ortaya koymuştur (Jones, 1998: 2). Romer'in bu çalışmasında, teknolojik gelişme ekonomik büyümenin merkezinde yer almaktadır. Hükümetlerin piyasa teşvikleri neticesinde bireylerin bilinçli davranışları yenilikleri ve teknolojik gelişmeyi ortaya çıkarmaktadır. Romer Ar-Ge ve yenilikler vasıtasıyla kazanılan yeni üretim tekniklerini, sabit maliyet gerektirmeden defalarca kullanılabilen normal üretimden ayırmaktadır (Romer, 1990: 72).

Romer teknolojik gelişmede iki duruma dikkat çekmiştir. Bunların birincisi, verimliliği artırıcı ve iktisadi büyümeyi destekleyici özelliği ile ekonomik yönü, ikincisi de ortaya çıkartıldığı kaynak yönü ile teknolojik ilerlemenin devletin ya da üretim biriminin ekonomik karar verici mekanizmaları vasıtasıyla sağlandığıdır. Romer'e göre sürdürülebilir bir büyüme Ar-Ge birimlerindeki beşeri sermaye birikimi ile gerçekleşebilecektir. Romer'e göre teknoloji rekabete konu olmayan ve kısmen kullanımı kısıtlanabilen bir maldır. Firmalar, geliştirdikleri teknolojilerin verdiği güç sayesinde tam rekabet koşullarında fiyat alıcı zayıf firma konumundan tekelleri rekabet piyasasında kısmen teknolojik tekel gücüne sahip olan firmalara dönüşerek faaliyette bulunmaktadır (Romer 1990: 71-79).

Sonuç olarak Romer'in modelinde ekonomik büyüme sermaye birikimi ile tek başına sürdürülemez. Ülkeler arası gelişmişlik farklarını ortadan kaldıracak unsur ise inovasyon, bilgi ve teknolojik değişimdir. Bilgi birikimi, teknolojik değişim ve girişimcilerin meydana getirdiği Ar-Ge sektörü ekonomik büyümenin motorudur. Literatüre birçok yönden katkı sağlayan Romer, Ar-Ge'nin verimlilik oranının inovasyon sürecini doğrudan etkilediği ve günümüzde de Ar-Ge'nin inovasyon üretimi için çok önemli etmen olduğunu ifade ederek iktisat bilimine önemli katkılar sağlamıştır (Romer, 1990: 81).

3.4. Grossman-Helpman Modeli

Teknolojik yeniliklere ve yeni icatlara dayalı büyüme yaklaşımına önemli katkı sağlayan modellerden birisi de Gene M. Grossman ve Elhanan Helpman'in 1989, 1990 ve 1991 yılında yayımlanan çalışmalarıdır. Grossman ve Helpman'in ortaya koydukları modellerde, iktisadi birimlerin bilinçli davranışları sonucu ortaya çıkan teknolojik

yeniliklerin, içsel olduğu belirtilmektedir. Teknolojik yenilikler sayesinde ortaya çıkan verimlilik artışlarının büyümenin kaynağını oluşturduğu görülmektedir.

Grossman ve Helpman'ın yaptıkları çalışma ve sundukları modelde, her bir ülke tarafından gerçekleştirilen farklı ve yeni ürünleri büyüme olgusu ile birlikte dış ticaret ve ticaret politikaları ile ilişkilendirirler. Dış ticaretin avantajlarından yararlanan Ar-Ge sektörü, ekonominin rekabet edebilirliğini artırarak ekonomik büyümeyi sağlamaktadır. Onlara göre Ar-Ge faaliyetlerine ve yatırımlarına yeterli düzeyde kaynak ayıramayan ülkeler, serbest dış ticaret politikalarıyla ihtiyaç duydukları teknolojileri gelişmiş ülkelere teknoloji transferleri yoluyla elde ederek zaman içinde dünya ticaretindeki hacimlerini artırarak azami fayda sağlayacaklardır. Ayrıca teknolojik yeniliklerden kaynaklanan verimlilik artışları uzun dönemde ekonomik büyümenin kaynağını oluşturacaktır (Grossman ve Helpman, 1991: 43-46).

Grossman ve Helpman'a göre (1989: 1262) Ar-Ge ve teknolojik gelişmeler yoluyla elde edilen ya da gelişen yeni ürünler, dış ticaretin getirdiği imkânlardan da yararlanıp ülkelerin karşılaştırmalı üstünlük kazanmasını sağlayacaktır. Bu durum ise karşılaştırmalı üstünlük kazanan ülkelerin iktisadi büyümelerinin önünü açacaktır.

Grossman ve Helpman'a göre, gümrük tarifesi ve kotalar gibi korumacı yaklaşımlar gelişmişlik ayırımı yapmaksızın ülkelerin büyümelerini engelleyecektir. Ar-Ge birimlerine yeterli kaynak ayıran fakat harcamalarını tüketim mallarına kaydıran ülkelerin de korumacı politikaları, uzun dönem büyüme hızlarını olumsuz yönde etkileyebilecektir. Korumacı politikalar harcamaları Ar-Ge'den tüketim mallarına yönlendirerek katma değer elde edilmesini zemin hazırlayacak faaliyetlerin sonlanması neticesinde büyümenin durmasına yol açacaktır. Ticaretin serbestleşmesi ise az gelişmiş ülkelerde teknoloji transferi kanalıyla bilgiye ulaşmayı kolaylaştırırken, gelişmiş ülkelerde ise nitelikli işgücünün yeni bilgi üretilmesine olanak sağlayan Ar-Ge sektöründe istihdamı teşvik etmektedir (Grossman ve Helpman, 1994: 39; 1990: 811-814).

3.5. Aghion- Howitt Modeli

Schumpeter'in ortaya koyduğu yaratıcı yıkım görüşünden esinlenen Philippe Aghion ve Peter Howitt'in 1992 yılında "Yaratıcı Yıkım Yoluyla Bir Büyüme Modeli" (A Model of Growth Through Creative Destruction) ve 1998'de "İçsel Büyüme Teorisi" (Endogenous Growth Theory) adlı çalışmaları gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmalar ile Schumpeter gibi onlar da Ar-Ge faaliyetleri ile gerçekleştirilen teknolojik yeniliklerin ekonomik büyüme katkısını inceleyerek içsel bir büyüme modeli geliştirmişlerdir.

Aghion ve Howitt kurdukları modelde rekabetin asıl kaynağını dikey teknolojik yenilikler oluşturmaktadır. Teknolojik bir yeniliğin verimliliği, sonsuza kadar etkisini katlayarak artırmaktadır. Yazarlara göre piyasada iki sektör bulunmaktadır. Bu sektörlerden ilki araştırma diğeri ise üretimdir. Üretim sektörü nihai mal üretimi için, araştırma sektörü ise nihai malın üretiminde kullanılan ara malı üretmek için çaba göstermektedir. Araştırma sektörünün faaliyetleri neticesinde icat ve yenilikler de ortaya çıkmaktadır. Ortaya çıkan her yenilik, kâr yapma güdüsünü kamçılmasıyla birlikte bir önceki yenilikten elde edilen rantları da ortadan kaldırmaktadır. İşte tam burada büyümenin temelini, yeni üretilen

ürünlerin eski ürünlerin yerini alması oluşturmaktadır. Ar-Ge faaliyetleri neticesinde kazanılan yenilikler pazara daha kaliteli ve yeni ürünler sunulmasını sağlayarak eski ürünlerin demode olmasının yolunu açmaktadır. Sonuç itibariyle Ar-Ge faaliyetleri eskilerin yerini daha iyi olan yenilerinin almasının zemini hazırlayarak ve yaratıcı yıkım sürecinin işlenmesini sağlamaktadır. Bunlarla birlikte yazarlar Ar-Ge'nin pozitif dışsallıklar sağlamasından dolayı kamunun iktisadi büyüme için Ar-Ge'yi bir araç olarak kullanabileceği yönünde öneride bulunurlar (Aghion ve Howitt, 1992: 323-351; 1998: 53-67).

Teknolojik yenilikleri içsel bir olgu olarak kabul eden Aghion-Howitt modelinin geliştirilen diğer içsel modellerden farklı yanı, dikey teknolojik yeniliklerin ürünler üzerinde kaliteyi artırıcı etkisinin olmasıdır. Aghion-Howitt modelinde, Ar-Ge faaliyetleri neticesinde üretilen yenilikler ve bu yeniliklerin ürün kalitesinde artış olarak bir gelişim göstermektedir. Dikey yenilik şeklindeki kalite geliştirme çabalarının temel özelliği, rekabetçi Ar-Ge ortamında teknolojik gelişimler sonucu meydana getirilen yeniliğin veya yeni bir icadın var olan teknoloji veya ürünü eskitmesi durumudur (Aghion ve Howitt, 1998: 53).

Aghion ve Howitt'e göre Ar-Ge faaliyetleri sonucu ortaya çıkan teknolojik değişikliklerin uyum süreci kolay bir şekilde gerçekleşmemektedir. Yeni teknolojiler, eski teknolojiler ile rekabet içine girdikten sonra çoğu zaman onların yerine geçer. Kısacası teknolojik yayılma sürecinin gerçekleşmesi zaman almaktadır (Aghion ve Howitt, 1992: 324).

4. SONUÇ

II. Dünya Savaşı'ndan sonra iktisatçılar iktisadi büyümenin nedenleri ile daha fazla ilgilenmeye başlamışlardır. İktisadi büyümenin teknolojik ilerleme ve inovasyonlar vasıtasıyla ciddi bir ivme alacağı ancak bu araçları elde etmenin yolunun ise Ar-Ge çalışmalarından geçtiği görülmüştür.

Ar-Ge ve teknolojinin iktisadi büyüme üzerindeki etkisini Klasik iktisatçılar ve 1980'li yılların başına kadar hakimiyetini sürdüren Neoklasik iktisatçılar inkâr etmemiş olsalar da bu kavramların iktisadi büyüme ile olan ilişkisinin dışsal olduğunu varsaymaktaydılar. İktisat kuramında Ar-Ge faaliyetleri sonucunda ortaya çıkan teknolojik ilerlemelerin içsel bir değişken olarak kabul edilmesi Schumpeter ve Evrimci (Neo-Schumpeteryan) kuram sayesinde kabul görmüştür.

Daha sonraki yıllarda, Yeni Klasik İktisatçılardan Romer ve Lucas'ın rehberliğinde teknolojik gelişme içsel olarak açıklanabilmiş ve "İçsel Büyüme Teorileri" geliştirilmiştir. İçsel büyüme teorileri içinde yer alan Ar-Ge tabanlı büyüme modellerinde teknolojik gelişmenin ana kaynağı firmaların kendi bünyelerinde yaptıkları Ar-Ge faaliyetleri olduğu kabul edilmiştir.

Günümüzde birçok iktisatçı, ülkelerin ekonomik gelişmişlik düzeyi farklılıklarının temel nedenlerinden birisi olarak ülkelerin Ar-Ge faaliyetlerindeki farklılıkları işaret etmektedirler. Son dönemlerde yapılan çalışmalar neticesinde teknolojik gelişme ve inovasyonu ortaya çıkartan Ar-Ge faaliyetlerinin, firma ve ülkelerin öncelikle rekabet güçlerini korumasının ardından rekabet avantajı sağlayabilmek için maliyetleri düşürmenin yanı sıra üretimde kalite artışıyla birlikte ekonomik ve toplumsal faydaya

neden olduğu vurgulanmaktadır. Dünya genelinde Ar-Ge faaliyetlerine duyulan bu ilgi ülkelerin ve firmaların büyümesini ve dış dünya ile daha iyi rekabet edebilir duruma gelmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Kaynak yetersizliği ya da Ar-Ge'nin önemini henüz kavrayamayan birçok az gelişmiş ve gelişmekte olan ülke bu yarışın çok gerisinde kalmış ve bu durum ise yeterli Ar-Ge faaliyeti yapmayan ülkeleri birçok açıdan dışa bağımlı hale getirmiştir.

Ar-Ge harcamalarının firma ve ülkelerin teknolojik gelişmişlik seviyelerini yükseltmesinin iktisadi büyümeye olan pozitif katkısı artık genel kabul görmüş bir tespittir. Dolayısıyla günümüz iktidarlarının en temel hedeflerinden olan sürdürülebilir ekonomik büyüme ve refah seviyelerinin artışına yol açan Ar-Ge harcamaları konusunda iktidarların kamuya ait bu tür yatırımları artırmasının yanı sıra özel sektörü bu alanda özendirici teşviklerde bulunması büyük önem arz etmektedir. Ar-Ge harcamalarının nitelikli beşeri sermaye ile daha etkin sonuçlar verdiği düşünüldüğünde temel eğitimden, teknik eğitime kadar tüm eğitim alanlarında kalitenin artırılmasına yönelik çalışmalar yapılmalıdır. Böyle bir durumda gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülke seviyelerine ulaşması daha hızlı olabilecektir.

KAYNAKÇA

- Aghion, P. & Howitt, P. (1992). A Model of Growth Through Creative Destruction. *Econometrica*, 60(2), 323-351.
- Aghion, P. & Howitt, P. (1998). *Endogenous Growth Theory*. Cambridge: The MIT Press.
- Arrow, K. J. (1962). The Economic Implications of Learning by Doing. *The Review of Economic Studies*, 29(3), 155-173.
- Barro, R. J. (1990). Government Spending in a Simple Model of Endogenous Growth. *The Journal of Political Economy*, 98(5), 103-125.
- Basalla, G. (2013). *Teknolojinin Evrimi*. Cem Soydemir (çev.), 14. Baskı. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Başçı, E. & Voyvoda, E. (2001). Bliss and Optimal Growth. *METU Studies in Development*, 28(1-2), 1-14.
- Doğan, C. & Öcal, N. (2007). *Yeni İktisat Politikaları ve Yenilik İktisadına Eleştirel Yaklaşım*. 1. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Fine, B. (2000). Endogenous Growth Theory: A Critical Assessment. *Cambridge Journal of Economics*, 24(2), 245-265.
- Freeman, C. & Soete, L. (2003). *Yenilik İktisadı*. Ergun Türkcan (çev.), Ankara: Tübitak Yayınları.
- Grossman, G. M. & Elhanan, H. (1989). Product Development and International Trade. *The Journal of Political Economy*, 97(6), 1261 – 1283.
- Grossman, G. M. & Elhanan, H. (1990). Comparative Advantage and Long-Run Growth. *The American Economic Review*, 80(4), 796-815.

- Grossman, G. M. & Elhanan, H. (1991). *Innovation and Growth: in the Global Economy*, 1. Baskı. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Grossman, G. M. & Elhanan, H. (1994). Endogenous Innovation in the Theory of Growth. *The Journal of Economic Perspectives*, 8(1), 23-44
- Han, E. & Kaya, A. A. (2004). *İktisadi Büyüme ve Kalkınma*. 1. Baskı. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Heilbroner, R. L. (2013). *İktisat Düşünürleri: Büyük İktisat Düşünürlerinin Yaşamları ve Fikirleri*. 3. Baskı. Ali Tartanoğlu (çev.), Ankara: Dost Kitapevi.
- Jones, C. I. (1998). *Introduction Economic Growth*. 2. Baskı. New York : W.W.Norton & Company Inc.
- Jones, C. I. (2001). *İktisadi Büyümeye Giriş*. Sanlı Ateş ve İsmail Tuncer (çev.), İstanbul: Literatür Yayınları.
- Lucas, R. E. (1988). On The Mechanics of Economic Development. *Journal of Monetary Economics*, 22, 3-42.
- Lundvall, B. A. (2007). Innovation System Research and Policy: Where it come from and Where it might go. *In CAS Seminar, Oslo*, 4.
- Marx, K. (2011a), *Kapital-İkinci Cilt*. 8. Baskı. Alaattin Bilgi (çev.), Ankara: Sol Yayınları.
- Marx, K. (2011b). *Kapital-Üçüncü Cilt*. 7. Baskı. Alaattin Bilgi (çev.), Ankara: Sol Yayınları.
- Marx, K. (2015), *Kapital-Birinci Cilt*. 11. Baskı. Alaattin Bilgi (çev.), Ankara: Sol Yayınları.
- Nelson, R. R. & Sidney, G. W. (1982). *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Cambridge: Harvard University Press.
- Ricardo, D. (2007). *Ekonomi Politikin ve Vergilendirmenin İlkeleri*. Tayfun Ertan (çev.), İstanbul: Belge Yayınları.
- Romer, P. M. (1986). Increasing Returns and Long-Run Growth. *The Journal of Political Economy*, 95(5), 1002-1037.
- Romer, P. M. (1990). Endogenous Technological Change. *The Journal of Political Economy*, 98(5).
- Roth, R. (2010). Marx on Technical Change in the Critical Edition. *The European Journal of History of Economic Thought*, 17(5), 1223–1251.
- Schumpeter, J. A. (1939). *Business Cycles: A Theoretical, Historical, and Statistical Analysis of the Capitalist Process*. New York ve London: McGraw-Hill.
- Schumpeter, J. A. (1947). The Creative Response in Economic History. *The Journal of Economic History*, 7(2), 149-159.

- Schumpeter, J. A. (2014). *Kapitalizm Sosyalizm ve Demokrasi*. Hasan İlhan (çev.), Ankara: Alter Yayıncılık.
- Smith, A. (2012). *Ulusların Zenginliği*. Metin Saltoğlu (çev.), Ankara: Palme Yayıncılık.
- Solow, R. M. (1956), A Contribution to the Theory of Economic Growth. *The Quarterly Journal of Economics*, 70(1), 65-94.
- Solow, R. M. (1957). Technical Change and the Aggregate Production Function. *The Review of Economics and Statistics*, 39(3), 312-320.

Makroekonomik Belirsizlik ve Risk Altında Yatırım Kararları: Türkiye Örneği^a

Celil AYDIN^{1,b}, Fatma Gündoğdu ODABAŞIOĞLU²

¹ Yrd. Doç. Dr., Muş Alparslan Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü – Muş/ Türkiye

² Yrd. Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü – Erzurum / Türkiye

Başvuru tarihi: 17 Mayıs 2016

Düzeltilme tarihi: 25 Temmuz 2016

Kabul tarihi: 12 Ağustos 2016

Öz

Bu çalışmada belirsizlik ve risk faktörlerinin, Türkiye’de reel sektörde faaliyet gösteren firmaların sabit sermaye ve finansal yatırım kararları üzerindeki etkileri 2003-2012 dönemi itibarıyla araştırılmıştır. Bu amaçla çalışmada, ARCH-GARCH yöntemi ile elde edilen enflasyon, döviz kuru ve büyüme hızı belirsizlikleri ile ekonomik, politik, finansal ve ülke risk göstergeleri kullanılmıştır. Bu faktörlerin yatırımlar üzerindeki etkileri dinamik panel veri analiz yönteminden hareketle portföy seçim modeli kullanılarak oluşturulan yatırım denklemi çerçevesinde değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre risk faktörleri ve belirsizliklerin yatırım kararları üzerinde negatif ve anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler

Belirsizlik, Risk, Yatırım Kararları, Dinamik Panel Veri Analizi

^a Bu çalışma, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından kabul edilen "*Makroekonomik belirsizlik ve risk altında yatırım kararları: BRICS ülkeleri ve Türkiye örneği*" başlıklı doktora tezinden türetilmiş ve Saraybosna’da düzenlenen Second Sarajevo International Conference of Social Sciences isimli konferansta bildiri olarak sunulmuştur.

^b Sorumlu Yazar/Corresponding Author: Muş Alparslan Üniversitesi Kampüsü, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, 49250, Muş / Türkiye.
e-posta: celil.aydin@atauni.edu.tr

Investment Decisions under Macroeconomic Uncertainty and Risk: The Case of Turkey

Abstract

In this study, the impacts of uncertainty and risk factors on fixed asset and financial investment decisions of the firms in real sector in Turkey have been investigated for the period of 2003-2012. For this aim, inflation, exchange and growth rate uncertainties having been obtained by ARCH-GARCH method and economic, political, financial and country risk indicators have been used in this study. Their impact on investment is assessed by using investment equation that is generated by portfolio choice model, in accordance with the dynamic panel data analysis. The results show that risk factors and uncertainty have a negative and significant impact on investment decisions.

Keywords

Uncertainty, Risk, Investment Decisions, Dynamic Panel Data Analysis

1. GİRİŞ

Geleceğin bilinmemesi, yatırım kararı verme ya da yatırım yapma aşamasında olan yatırımcıların kararlarında hata yapmalarına sebep olabilmektedir. Bu nedenle yatırımcılar, sahip oldukları bilgiyi kullanarak yatırımlardan elde edecekleri kârı en iyi şekilde tahmin etmeye çalışmakta ve bu tahmine uygun olarak da beklentiler oluşturmaktadırlar. Ekonominin ve siyasi dengelerin sürekli olarak değişmesi, bu aşamada yatırımcıların karşısına iki önemli sorunu çıkarmaktadır; “belirsizlik” ve “risk”.

Genel olarak, belirsizlik ve risk kavramları günlük hayatta birbiri yerine kullanılmasına rağmen, bu kavramlar farklı anlamlara sahiptir ve aralarında bazı farklılıklar bulunmaktadır. Belirsizlik ve risk kavramları arasındaki en temel ayırım, yatırımcıların yatırımlardan elde edilecek kârı ilgili olası sonuçlar hakkında iyi tanımlanmış olasılıklara sahip olup olmadıklarına göre yapılmaktadır (LeRoy ve Singell, 1987: 394-395). Bu durum, belirsizlik ve risk kavramlarının yatırım kararlarını farklı şekilde etkilediğinin bir göstergesi olabileceğinden dolayı, bu iki kavramın yatırımlar üzerindeki etkilerinin ayrı ayrı incelenmesi gerekmektedir.

Belirsizlik ve risk koşulları, yatırımcıların geleceğe ilişkin yatırım kararlarını olumsuz etkilemektedir. Artan belirsizlik ve risk ortamı yatırımcıların yatırımlarını ertelemelerine neden olmaktadır. Bu durum, ekonominin tümünde etkili olan bir yavaşlamaya yol açabilmektedir (Arslan vd., 2012: 2). Belirsizlik ve riskin yatırımlar üzerindeki olumsuz etkisini ve bu etkinin büyüklüğünü belirleyen, uygulanan makroekonomik politikalar, sermaye ve para piyasalarının durumu, dışa açıklık, siyasi ve finansal istikrar gibi birçok faktör bulunmaktadır (Pradhan vd., 2004: 2162). Bu bağlamda, belirsizlik ve riski

oluşturan faktörlerin belirlenmesi ve bu faktörlerin yatırımlar üzerindeki etkilerinin saptanması önem arz etmektedir.

Belirsizlik ve risk faktörlerinin firmaların yatırım kararları üzerindeki etkilerini inceleyen literatürde tam bir fikir birliğinin olmadığı görülmektedir. Literatürde yer alan bazı çalışmalar belirsizlik ve risk faktörlerinin firmaların yatırımlarını artırabileceğini ileri sürerken, diğer çalışmalar ise belirsizlik ve risk altında firmaların yatırımlarının azalacağı fikrini savunmaktadır. Konu ile ilgili literatür incelendiğinde; belirsizlik ve risk faktörlerinin firmaların yatırım kararları üzerinde herhangi bir etkisinin bulunmadığı (Aizenman ve Marion, 1993; Günçavdı ve Mckay, 2003; Sile, 2003; Demir, 2009a), belirsizlik ve risk faktörlerinin firmaların yatırım kararlarını pozitif yönde (Özman, 1996; Karapınar, 2008; Le, 2004; Campos ve Nugent, 2003) yada negatif yönde (Alesina ve Perotti, 1996; Özman, 1996; Sile, 2003; Le, 2004; Luintel ve Mavrotas, 2005; Özçiçek, 2007; Karapınar, 2008; Demir, 2009a; Demir, 2009b; Koç ve Değer, 2010; Arestis vd., 2012; Escaleras ve Kottaridi, 2014) etkilediğine dair geniş bir literatür olduğu görülmektedir.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de reel sektörde faaliyet gösteren firmaların sabit sermaye ve finansal yatırım kararlarına etki eden faktörleri, belirsizlik ve risk koşullarını göz önünde bulundurarak incelemektir. Bu amaç doğrultusunda, çalışmada ilk olarak modern yatırım modellerinden portföy seçim modeli hakkında teorik bilgi verilecektir. Ardından modellerde kullanılmak üzere, firmaların sabit sermaye ve finansal yatırımları belirleyen belirsizlik faktörleri için enflasyon, döviz kuru ve büyüme hızı belirsizlikleri ARCH-GARCH yöntemleri kullanılarak tahmin edilecektir. Ayrıca modelde risk faktörleri olarak ekonomik, politik, finansal ve ülke riski olmak üzere dört farklı endeks değeri kullanılacaktır. Devamında, belirsizlik ve risk koşullarında, firmaların sabit sermaye ve finansal yatırım kararlarını belirleyen faktörler, yatırımların dinamik boyutunu hesaba katan dinamik panel veri analiz yöntemlerinden fark genelleştirilmiş momentler metodu (fark GMM) ile tespit edilecek ve sonuç bölümünde ise yatırımları belirleyen belirsizlik ve risk faktörlerine ilişkin ekonometrik tahminlerden elde edilen bulgular yorumlanacaktır.

2. TEORİK MODEL

Bu çalışmada belirsizlik ve risk koşullarında firmaların yatırım kararlarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi amacıyla portföy seçim modeli kullanılmıştır. Portföy seçim modelinin teorik yapısı ise Tobin (1965), Huang ve Litzenberger (1988), Tornell (1990), Le ve Zak (2006) ile Demir (2009b)’in çalışmalarından yararlanılarak oluşturulmuştur. Bu modele göre gelişmekte olan bir ülkede sınırsız sayıda ve özdeş yatırımcı yer almaktadır. Yatırımcılar sahip oldukları serveti kendi ülkelerinde ya da diğer ülkelerde bir dönem boyunca sabit (makine vb.) ve finansal (Hazine Bonosu vb.) varlıklara yatırım yapmak için ayırmakta ve dönem sonunda bu varlıklardan elde ettikleri getiriyi harcamaktadırlar. Sabit varlık yatırımları riskli ve yüksek getiri oranına sahipken finansal varlık yatırımları risksiz fakat zaman içinde değişmeyen düşük bir getiri oranına sahiptir. Yatırımcılar yatırım kararlarını verirken en yüksek getiri oranına sahip sabit ve finansal varlık sepetini oluşturmaya çalışmaktadırlar. Yatırımcılar bu sepetteki varlık dağılımının nasıl olacağına portföy seçim modelini kullanarak karar vermektedirler. Modeli

basitleştirmek adına yatırımcıların sahip oldukları varlıklar ile sadece kendi ülkelerinde yatırım yaptıkları, yatırımların tek bir pazara yapıldığı, ülkede yalnızca homojen bir malın olduğu, işgücü gelirlerinin göz ardı edildiği, ülke nüfusunun hareketsiz, normalize edilmiş ve büyüme hızının sıfır olduğu gibi bazı temel varsayımlar yapılmıştır.

t zamanında yatırımcıların sabit varlık yatırımları I_t^k ve getiri oranı ise r_t^k ile gösterilmiştir. r_t^k 'nin μ ortalama ve σ^2 varyans ile normal dağılıma sahiptir, $r_t^k \sim N(\mu, \sigma)^2$. Yatırımcılar aynı zamanda risksiz fakat zaman içinde değişmeyen düşük bir getiri oranına sahip finansal varlıklara da yatırım yapabilirler. I_t^f t zamanında karar birimlerinin finansal varlık yatırımları olarak gösterilmiş ve getiri oranı ise r^f ile gösterilmiştir. Bu iki yatırım türü, yatırımcılar tarafından t başlangıç zamanında ve karar birimlerinin sahip olduğu ilk servet (W_0) düzeyi ile yapılmıştır. Temsili bir yatırımcı için $t=0$ zamanında yapılan sabit ve finansal varlık yatırımı denklem (1)'deki gibi ifade edilmiştir;

$$W_0 = I_t^k + I_t^f \quad (1)$$

ve bu eşitlik denklem (2)'deki gibi düzenlenmiştir;

$$I_t^f = W_0 - I_t^k \quad (2)$$

t zamanında yatırımcı tarafından yapılan sabit ve finansal varlık yatırımlarından elde edilen getiri sonucu oluşan servet denklem (3)'te gösterilmiştir;

$$W_t = W_0(1 + r^f) + I_t^k(r_t^k - r^f) \quad (3)$$

Bir yatırımcı gerçekleştirmiş olduğu yatırımlarda ifade (4)'teki kısıtı kullanarak beklenen faydasını maksimize etmeye çalışmaktadır.

$$\underset{W_t}{Max} E \sum_{t=0}^{\infty} \beta^t U(W_t) \quad (4)$$

$U(W)$ fayda fonksiyonu kesinlikle artan, sürekli ve içbükeydir. $U'(W_t)$ ve $(r_t^k - r^f)$ 'nin normal dağılıma sahip olduğu varsayımı altında ve Stein lemma'sı¹ kullanılarak elde edilen optimal varlık dağılımı denklem (5)'teki gibi ifade edilmektedir.

$$I_t^{k*} = \frac{-E[U'(W_t)]E[(r_t^k - r^f)]}{E[U''(W_t)]var(r_t^k)} = \frac{E[(r_t^k - r^f)]}{\delta var(r_t^k)} \quad (5)$$

Denklem (5)'te I_t^{k*} sabit varlık yatırımlarının Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla içindeki payını gösterirken, $var(r_t^k)$ sabit varlık yatırımları getiri oranı varyansını göstermekte ve belirsizlik ile risk faktörü olarak tanımlanmaktadır. $\delta \equiv -E[U'(W_t)]/U''(W_t)$ ise yatırımcıların riskten kaçınma değerini ölçmektedir. Riskten kaçınma değerinin sabit olduğu varsayılmıştır.

Denklem (5)'teki eşitlik sabit varlık yatırımlarının sabit ve finansal varlık yatırım getiri oranları açığı $(r_t^k - r^f)$ 'nin artan fonksiyonu, riskten kaçınma değerinin sabit olduğu varsayımı altında belirsizlik ve riskin azalan fonksiyonu olduğunu göstermektedir. Beklenen getiri oranları açığının küçülmesi, sabit varlık yatırımlarını azaltmaktadır. Yatırımcıların riskten kaçınma değeri yükselirse yatırım riski artmakta ve sabit varlık yatırımları azalmaktadır.

Denklem (5)'teki eşitliğin her iki tarafının logaritması alındığında eşitlik denklem (6)'daki gibi ifade edilmektedir.

$$\ln(I_t^{k*}) \cong \ln\left(\frac{E[(r_t^k - r^f)]}{\delta \text{var}(r_t^k)}\right) \quad (6)$$

Logaritmik ifadede bölüm ve çarpım özelliği kullanılarak yeni eşitlik denklem (7)'deki gibi yazılabilmektedir.²

$$\ln(I_t^{k*}) \cong \ln(E[(r_t^k - r^f)]) - \ln(\text{var}(r_t^k)) - \ln(\delta) \quad (7)$$

Denklem (7)'de risk varyansı ($\text{var}(r_t^k)$) sabit varlık yatırımlarının politik, ekonomik ve finansal belirleyenlerine göre ayrıştırılabilir. Ekonomik (σ_e^2), politik (σ_p^2) ve finansal (σ_f^2) risk olmak üzere üç farklı risk türü belirlenmiştir (Le, 2004). Her bir risk türünün birbirinden bağımsız olduğu varsayımı yapılmış ve yatırım riski denklem (8)'deki gibi ifade edilmiştir.

$$\text{VAR}(r_t^k) = \sigma_{e,t}^2 + \sigma_{p,t}^2 + \sigma_{f,t}^2 \quad (8)$$

Her bir risk türünün birbirinden bağımsız olduğu varsayımı altında sabit varlık yatırım riski denklem (8)'de yerine konulduğunda denklem (9)'daki eşitlik elde edilmektedir.³

$$\ln(I_t^{k*}) \cong \ln(E[(r_t^k - r^f)]) - \ln(\sigma_{e,t}^2) - \ln(\sigma_{p,t}^2) - \ln(\sigma_{f,t}^2) - \ln(\delta) \quad (9)$$

Temsili bir yatırımcının sahip olduğu toplam sermaye (K_t^a) hem sabit sermaye (I_t^{k*}) hem de finansal sermaye (I_t^{f*})'den oluştuğu için toplam sermaye denklem (10)'daki gibi gösterilmektedir.

$$K_t^a = I_t^{k*} + I_t^{f*} \quad (10)$$

Denklem (10)'dan hareketle eşitlikte sabit varlık yatırımları (I_t^{k*}) yerine ($E[(r_t^k - r^f)]/\delta \text{var}(r_t^k)$) ifadesi yazılmış ve eşitliğin her iki tarafı toplam sermayeye bölünmüş denklem (11)'de gösterilmiştir.

$$\frac{I_t^{f*}}{K_t^a} = 1 - \frac{\left(\frac{E[(r_t^k - r^f)]}{\delta \text{var}(r_t^k)}\right)}{K_t^a} \quad (11)$$

Denklem (11)'deki eşitlik finansal yatırımlarının sabit ve finansal varlık yatırım getiri oranları açığı ($r_t^k - r^f$)'nın azalan fonksiyonu, riskten kaçınma değerinin sabit olduğu varsayımı altında belirsizliğin artan fonksiyonu olduğunu göstermektedir.

Denklem (11)'deki eşitliğin her iki tarafının logaritması alındığında ve yatırım riski yerine konulduğunda eşitlik denklem (12)'deki gibi ifade edilmektedir.

$$\begin{aligned} \ln\left(\frac{I_t^{f*}}{K_t^a}\right) &\cong -\ln(E[(r_t^k - r^f)]) + \ln(\sigma_{e,t}^2) + \ln(\sigma_{p,t}^2) + \ln(\sigma_{f,t}^2) + \ln(\delta) \\ &+ \ln(K_t^a) \end{aligned} \quad (12)$$

3. EKONOMETRİK METODOLOJİ VE MODEL

3.1. Dinamik Panel Veri Analizi

Çalışmada belirsizlik ve risk koşullarında Türkiye’de reel sektörde faaliyet gösteren firmaların sabit sermaye ve finansal yatırım kararlarını etkileyen faktörler, dinamik panel tahmin yöntemlerinden biri olan Genelleştirilmiş Momentler Metodunun (Generalized Methods of Moments-GMM) Arellano ve Bond (1991) tarafından geliştirilen fark GMM versiyonu ile tahmin edilmiştir. Dinamik panel modelinin en önemli avantajlarından biri dinamik ilişkilerin araştırmacılar tarafından daha iyi bir şekilde anlaşılmasını sağlamasıdır. Dinamik ilişkiler modele bağımlı değişkenin gecikmeli değerinin eklenmesiyle denklem (13)’teki gibi ifade edilmektedir (Duch, 2008).

$$Y_{it} = \vartheta Y_{it-1} + \phi Z_i + \beta X_{it} + \theta_i + \varepsilon_{jt} \quad j=1,2,\dots,N \text{ ve } t=1,2,\dots,T \quad (13)$$

Y_{it} , i ’nci firma için t zamanında gözlemlenen bağımlı değişkenin değerini; Y_{it-1} , i ’nci firma için $t-1$ zamanında gözlemlenen bağımlı değişkenin değerini; X_{it} , $k1 \times 1$ boyutundaki vektör, i ’nci firma için t zamanında gözlemlenen zaman sürecinde değişen $k1$ tane dışsal değişkenlerin değerlerini; Z_i , $k2 \times 1$ boyutundaki vektör, i ’nci firma için zaman sürecinde değişmeyen $k2$ tane dışsal değişkenlerin değerlerini; θ_i , i ’nci firma için gözlemlenemeyen firma etkisinin değerini; ε_{jt} , i ’nci firma için t zamanında gözlemlenemeyen hata değerini göstermektedir.

Bağımlı değişkenin gecikmeli değeri (Y_{it-1}) ile birim etkiler (θ_i) arasında korelasyonun bulunması, en küçük kareler yöntemi tahmincilerinin sapmalı ve tutarsız olmasına neden olmaktadır (Baltagi, 2005: 135). Bu durum hata terimlerinin (ε_{jt}) bağımlı değişkeni etkilediği gibi bağımlı değişkenin gecikmeli değerini de etkilemektedir.

Bu nedenle Arellano ve Bond (1991) modelde yer alan gecikmeli değişkenlerin hepsinin dinamik panel modellerinde araç değişken olarak kullanılmasını önermektedir. Böylece hem ortogonalite kısıtlamalarını uygulayabilmek için araç değişkenlerinin hepsinin kullanılmasına izin verilmekte hem de varyans - kovaryans matrisinin parametrik olmayan bir tahmincisi kullanılmaktadır. Bu durumu ifade eden model denklem (14)’te belirtildiği gibi olmaktadır.

$$Y_{it} - Y_{it-1} = \vartheta(Y_{it-1} - Y_{it-2}) + \sum_k \beta_k (X_{kit} - X_{kit-1}) + \sum_s \beta_s \phi_s (W_{sit} - W_{sit-1}) + (\varepsilon_{it} - \varepsilon_{it-1}) \quad (14)$$

X_{kit} , katı egzogen ortak değişkenleri (covarites) ve W_{sit} ise önceden belirlenmiş (predetermined) ve endojen ortak değişkenleri ifade etmektedir. Denklem (14)’te birinci fark denklemleri alınmakla beraber gecikmeli endojen değişken parametresi (ϑ) tahmini için araç değişkenlerin modele eklendiği gösterilmektedir.

Dinamik panel veri yöntemi ile parametrelerin tahmin edilmesi için kullanılan GMM tekniğinin en önemli varsayımlarından biri modelde kullanılan araç değişkenlerin dışsal olması varsayımdır. Bu varsayımın geçerliliğini sınamak amacıyla çalışmada Arellano ve Bond’un birinci fark modelinde ve sistem GMM tahmininde kullanılan araç değişkenlerin tamamının geçerliliğini sınamayan Sargan’ın birinci fark testi kullanılmıştır.

Bu testlerin yanında GMM yönteminin diğer bir varsayımı ise birinci fark denkleminde elde edilen hata terimleri arasında ikinci dereceden sıra korelasyonu olmaması varsayımdır. Bu varsayımın geçerliliğini sınamak amacıyla ise Arellano ve Bond (1991) bu varsayımın geçerliliğini sınamak amacıyla geliştirdiği ardışık bağımlılık testi kullanılmıştır.

3.2. Belirsizliğin Ölçülmesi

Zaman serilerinde belirsizliğe ilişkin volatilité ya da oynaklık modelleri incelendiğinde volatilitenin tahmin edilen ve edilmeyen iki bileşene ayrıldığı ve tahmin edilen bileşenin belirsizliğe neden olan değişkenin koşullu varyansı üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir (Gürsaka1, 2009: 322). Belirsizliğin ölçülmesinde literatürde Otoregresif Koşullu Varyans (ARCH) ile Genelleştirilmiş Otoregresif Koşullu Varyans (GARCH) sınıfı modellerin daha çok tercih edildiği ve bu modellerde belirsizliğe neden olan değişkenin koşullu varyanslarının kullanıldığı görülmektedir (Poon ve Granger, 2003: 483).

ARCH / GARCH sınıfı modellerden biri Engle (1982) tarafından ortaya konulan Otoregresif Koşullu Değişken Varyans (ARCH) modelidir. ARCH modelinde sabit varyans varsayımının geçerli olmadığı bir durumda koşullu varyans, hata terimlerinin mutlak ya da kare değeri ile koşullu gecikmeli varyanslara bağılı olmaktadır (Gürsaka1, 2009: 322). Koşullu varyansın $AR(p)$ modeli ile tahmini yapılmakta ve model denklem (15)'teki gibi ifade edilmektedir (Enders, 2004: 114):

$$\hat{\varepsilon}_t^2 = \alpha_0 + \alpha_1 \hat{\varepsilon}_{t-1}^2 + \dots + \alpha_p \hat{\varepsilon}_{t-p}^2 + v_t \quad (15)$$

Denklem (15)'te v_t beyaz gürültü sürecini temsil etmektedir. LM (Lagrange Multiple) testi ile denklem (15)'teki tahmin süreci $AR(p)$ modeli olarak ele alınmakta ve ARCH etkisi LM testi ile test edilmektedir. ARCH etkisinin varlığı ve normallik varsayımı altında $AR(p)$ modeli denklem (16)'daki gibi ifade edilmektedir (Engle, 1982: 987):

$$y_t \psi_{t-1} \sim N(x_t \beta, h_t) \quad h_t = \alpha_0 + \alpha_1 \hat{\varepsilon}_{t-1}^2 + \dots + \alpha_p \hat{\varepsilon}_{t-p}^2 \quad \varepsilon_t = y_t - x_t \beta \quad (16)$$

Denklem (16)'daki ilk eşitlik ortalama modeli, ikinci eşitlik ise varyans modeli olarak adlandırılmaktadır. h_t terimi ARCH modelinde kullanılan koşullu varyansı, p terimi ARCH modelinin derecesini ve α terimi ise parametre vektörünü göstermektedir.

ARCH Modelinin bazı kısıtları bulunmaktadır. Bu kısıtlardan ilki her bir α parametresi pozitif değerler almasıdır ($\alpha_0 > 0$ ve $i = 1, 2, \dots, p$ olmak üzere $\alpha_i \geq 0$). Denklem (16)'daki ikinci eşitlikte hata terimlerinin gecikmeli değerlerinin kareleri negatif değerler almayacağından dolayı koşullu varyans negatif değer almamaktadır.⁴ Diğer bir kısıt ise sabit parametre hariç α parametrelerinin her birinin veya toplamalarının birden küçük olmasıdır.⁵ Bu durum modelin kararlılığı için gerekmekte ve varyansın sonsuz değer almasını engellemektedir (Engle, 1982: 993).

Bollerslev (1986) ARCH modelinin genişletilmiş hali olan GARCH modelini geliştirmiştir. Bu modelde koşullu varyansın sadece hata teriminin gecikmeli değerlerine değil, aynı zamanda kendi gecikmeli değerlerine de bağılı olduğunu belirtmiştir. Model, kalıntı karelerinin ağırlıklandırılmış ortalaması olmakla birlikte bütünüyle sıfıra gitmeyen azalan ağırlıklara sahiptir (Engle, 2001: 159).

GARCH etkisinin tespiti ARCH etkisinin tespiti ile aynı mantıktaki LM testiyle ancak farklı hipotezler ile test edilmektedir. GARCH(p, q) modeli denklem (17)'de gösterilmektedir.

$$y_t \psi_{t-1} \sim N(0, h_t) \quad h_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^p \alpha_i \hat{\varepsilon}_{t-i}^2 + \sum_{j=1}^q \beta_j h_{t-j} \quad \varepsilon_t = y_t - x_t b \quad (17)$$

Denklem (17)'de alan y_t serisinin ψ_{t-1} bilgi kümesine bağlı olarak koşullu ortalamasının 0 ve koşullu varyansı h_t ile normal dağılıma sahip olduğu görülmektedir. GARCH(p, q) modelinin geçerli bir model olduğu belirli şartların sağlanması ile mümkün olmaktadır.⁶

Literatür incelendiğinde makroekonomik serilere ilişkin belirsizliğin ölçülmesinde ARCH modellerine kıyasla GARCH modellerinin daha sık kullanıldığı görülmektedir. Özellikle GARCH(I, I) modelinin birçok finansal zaman serisi için en uygun yapıda olan model olduğu düşünülmektedir (Poon ve Granger, 2003: 484).

3.3. Model

Fark GMM yaklaşımı ile firmaların sabit sermaye ve finansal yatırım kararları üzerinde risk ve belirsizliklerin etkisini gösteren iki farklı model (sırasıyla model A ve B) denklem (9) ve (12)'den hareketle kurulmuştur. Modeller denklem (18) ve (19)'da gösterilmiştir.

Model A

$$I_{it}^k = \alpha_1 I_{it-1}^k + \alpha_2 KO_{it-1} + \alpha_3 Rgap_{it-1} + \alpha_4 Risk_{it} + \alpha_5 V_{it} + d_t + \varepsilon_{it} \quad (18)$$

Model B

$$\left(\frac{I^f}{K^a} \right)_{it} = FK_{it} = \alpha_1 FK_{it-1} + \alpha_2 FK_{it-2} + \alpha_3 K_{it}^a + \alpha_4 Rgap_{it-1} + \alpha_5 Risk_{it} + d_t + \varepsilon_{it} \quad (19)$$

Denklem (18) ve (19)'da i 'nci firmanın t zamanında I_{it}^k , reel net sabit sermaye yatırımlarını; FK_{it} , finansal yatırımlarının toplam sermaye miktarına oranını; KO_{it} , sermaye hâsıla oranını; K_{it}^a , toplam yatırım miktarını, $Rgap_{it}$, getiri oranları farkını; $Risk_{it}$, belirsizlik ve risk değişkenini; V_{it} , kontrol değişkenini; d_t , gözlemlenemeyen zaman etkisini ve ε_{it} , hata değerini temsil etmektedir.

Firmaların sabit sermaye ve finansal yatırım kararları üzerinde risk ve belirsizliklerin etkilerini gösteren sırasıyla model A ve B'de, net sabit sermaye yatırımları (I_{it}^k), net sabit sermaye stokunun logaritmik farkı alınarak⁷; net finansal varlık yatırımları (FK_{it}), net finansal varlıkların net sabit ve finansal varlıkları toplamına bölünmesiyle; sermaye hâsıla oranı (KO_{it}) dönem başındaki net sabit sermaye stokunun firmanın net satışlarına bölünmesiyle; toplam yatırım miktarı (K_{it}^a), reel net sabit ve finansal varlık yatırımlarının toplanmasıyla elde edilmektedir (Demir, 2005: 108; Demir, 2009a: 316-318). Diğer taraftan, piyasadaki kredi olanaklarının sabit yatırımlar üzerindeki etkisini belirleyebilmek amacıyla model A'da kredi (KR_{it}) kontrol değişkeni kullanılmakta ve özel sektöre verilen toplam kredilerin GSYİH'ya oranı şeklinde hesaplanmaktadır.

Her iki modelde de ortak kullanılan değişkenlerden getiri oranları farkı, ($Rgap_{it}$), sabit ve finansal varlık getiri oranları farkını temsil etmektedir ($r_{it}^k - r_{it}^f$). Sabit varlık yatırım getirisi (r_{it}^k), firmanın dönem sonundaki faaliyet kârının net maddi duran varlıklara bölünmesiyle hesaplanırken, finansal varlık yatırım getirisi (r_{it}^f) ise firmanın dönem sonundaki net diğer faaliyet gelirlerinin nakit ve nakit benzeri değerler toplamına bölünmesi ile hesaplanmaktadır.⁸

Modellerde kullanılan belirsizlik ve risk değişkenini ($Risk_{it}$) enflasyon, döviz kuru ve büyüme hızı belirsizlikleri temsil etmektedir. Enflasyon ($Benf_{it}$), döviz kuru ($BRer_{it}$) ve büyüme hızı ($BGsyih_{it}$) belirsizlikleri sırasıyla yıllık üretici fiyat endeksi, reel döviz kuru ve büyüme hızı verilerinin logaritmik farkı alındıktan sonra ARCH / GARCH modeli kullanılarak tahmin edilmektedir. Diğer taraftan, ekonomik (ER_{it}), politik (PR_{it}), finansal (FR_{it}) ve ülke ($ICRG_{it}$) risk endeksleri risk değişkenini ($Risk_{it}$) temsil eden ve modellerde kullanılan diğer değişkenlerdir. Risk endekslerine ilişkin verilerin olasılık değerleri gibi yorumlanabilmesi amacıyla endeks verileri logaritmik dönüştürülme işlemine tabi tutulmakta ve risk endeks değişkenleri elde edilmektedir.

4. VERİ SETİ

Çalışmada kullanılan mikro ölçekli veriler elde edilmeden önce ilk olarak Türkiye’de menkul kıymetler borsasına kayıtlı ve 2003:01 ile 2012:12 döneminde kesintisiz olarak en az yedi yıl faaliyet göstermiş firmalar belirlenmiş ve belirlenen firmaların bu yıllara ilişkin yıllık bilanço ve gelir tabloları, dünya borsalarına kayıtlı firmalara ilişkin finansal bilgileri kayıt altına alan Thomson One Banker isimli şirketten sağlanmıştır. İlk olarak Borsa İstanbul’da kayıtlı 424 firma belirlenmiş ve bu firmalar faaliyet kollarına göre sınıflandırılmıştır. Sonrasında finansal sektörde yer alan firmalar ile kesintisiz olarak en az yedi yıl faaliyette bulunmayan firmalar çalışmadan çıkarılmıştır. Sonuç olarak elde kalan 219 firmaya ilişkin bilanço ve gelir tablolarından sağlanan veriler 2010 yılına göre uyarlanmış ve modellerde kullanılan değişkenlere ulaşılmıştır.

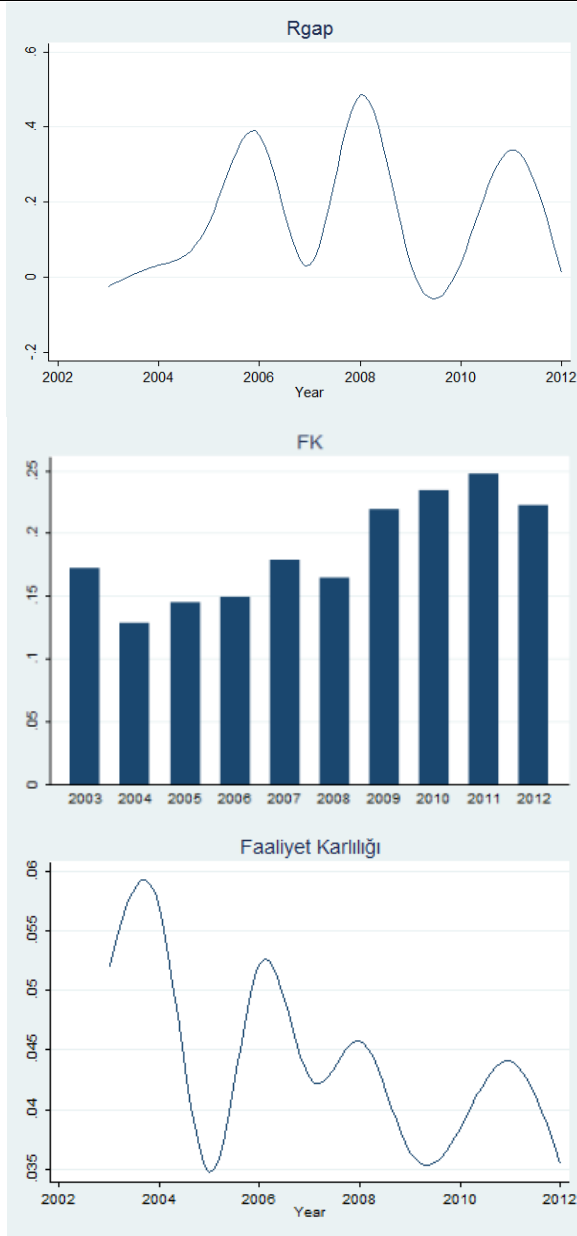
Analizde kullanılan 219 firma içinde 36 firma inşaat, 19 firma gıda ve içecek, 16 firma metal ve metal ürünleri imalatı, 13 firma kimyasal madde imalatı, 11 firma otomotiv, 8 firma petrol, gaz ve kömür ürünleri imalatı, 8 kâğıt sektörlerinde faaliyet gösterirken kalan 102 firma ise diğer sektörlerde faaliyet göstermektedir. Modellerde kullanılan değişkenler ve bu değişkenlere ilişkin temel bilgiler ek 1’de gösterilmiştir.

5. TAHMİN SONUÇLARI

5.1. Genel Trend

Türkiye’de reel sektörde faaliyet gösteren firmalara ilişkin sabit ve finansal varlık yatırımları getiri oranları farkı ($Rgap$), finansal varlık yatırımlarının toplam yatırımlara oranı (FK) ve faaliyet karlılığı oranı değişkenlerine ilişkin ortanca değerleri yıllar itibarıyla sırasıyla Şekil 1’de gösterilmiştir.

Şekil 1. Ortanca Değer Grafikleri



Şekil 1’de görüldüğü gibi $Rgap$ değişkenine ilişkin ortanca değeri reel sektörde faaliyet gösteren firmalar için 2003 yılında negatif değer alırken diğer yıllarda ise pozitif değerler almıştır. Diğer taraftan bu değişken 2008 yılında en yüksek değerine ulaşmıştır. Bu durum firmaların gerçekleştirmiş oldukları sabit varlık yatırımlarından elde ettikleri getiri ile

finansal varlık yatırımlarından elde ettikleri getiri arasındaki farkın en fazla olduğu yılın 2008 yılı olduğunu göstermektedir. Ayrıca 2009 yılına gelindiğinde *Rgap* değişkenine ilişkin ortanca değerin önemli bir şekilde düşüş gösterdiği görülmektedir. Bu düşüş 2007 yılının ortalarında Amerika Birleşik Devletleri ipotekli konut piyasasında başlayan, türev ürünler aracılığıyla tüm finansal sektörü etkisi altına alan ve dünya geneline yayılarak bütün ülkeleri derinden etkileyen küresel ekonomik kriz ile açıklanabilmektedir.

2003 – 2012 dönemi genel olarak ele alındığında sabit ve finansal varlık yatırımları getiri oranları farkına ilişkin ortanca değerin 0.142 olduğu görülmektedir. Bu durum reel sektörde faaliyet gösteren firmaların gerçekleştirmiş oldukları her 100 TL’lik sabit varlık yatırımından elde ettikleri getirinin, her TL’lik finansal varlık yatırımından elde ettikleri getiriden 14.2 TL daha fazla olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan finansal varlık yatırımlarının toplam yatırımlara oranı ve faaliyet kârlılığı oranına ilişkin ortanca değerlerin sırasıyla 0.181 ve 0.042 olduğu görülmektedir. Bu durum reel sektörde faaliyet gösteren firmaların gerçekleştirdikleri her 100 TL’lik yatırımın 18.1 TL ’sının finansal varlık yatırımı olduğunu ve her 100 TL’ lik satışlarında 4.2 TL faaliyet kârı elde ettiklerini göstermektedir.

5.2. Belirsizlik Değişkenlerine İlişkin Tahmin Sonuçları

Modellerde kullanılan belirsizlik değişkenlerini tahmin etmek amacıyla çalışmada ilk olarak enflasyon, döviz kuru ve büyüme hızı verileri, denklem (20)’deki eşitlikten hareketle 2003-2012 dönemi için aylık endeks serilerinin oluşturulmasında kullanılmıştır.

$$\text{Endeks serisi} = \text{Ln} \left(\frac{\text{değişken}_t}{\text{değişken}_{t-1}} \right) \quad (20)$$

Belirsizlik değişkenleri beş aşamada elde edilmiştir. İlk aşamada enflasyon, döviz kuru ve büyüme hızı endeks serilerinin normal dağılıma sahip olup olmadıkları test edilmiştir. Elde edilen bulgular serilerin normal dağıldığını göstermiştir.

İkinci aşamada endeks serilerinin durağan olup olmadıkları tespit edilmiştir. Çalışmada endeks serilerinin durağanlıkları, durağanlık testlerinde yaygın olarak kullanılan Genişletilmiş Dickey-Fuller (Augmented Dickey-Fuller-ADF) (1979) birim kök testleri ile sınanmış ve endeks serilerinin düzey değerinde durağan oldukları gözlenmiştir.

Üçüncü aşamada endeks serilerinde ARCH etkisinin tespit edilmesi amacıyla ARCH - LM (ARCH Lagrange Multiple) testi yapılmıştır. ARCH – LM testinde ilk olarak ITSM 2000 programı ile her bir seriye ilişkin ortalama denklemin tespitinde otoregresif ve hareketli ortalama süreçleri (ARMA) kullanılarak endeks serisi on ikinci gecikmeye kadar denenmiş ve en düşük Akaike Bilgi Kriteri (AIC) katsayısına sahip model Box-Jenkins metodolojisinin cimrilik özelliği de göz önünde bulundurularak ortalama denklemler kabul edilmiştir. Sonrasında ise ortalama denklemlerde ARCH etkisinin olup olmadığını sınamak amacıyla ARCH – LM testi uygulanmıştır. Enflasyon, döviz kuru ve büyüme hızı belirsizliklerine ilişkin test sonuçları, ortalama denklemlerde ARCH etkisinin olduğunu göstermiştir.

Dördüncü aşamada ortalama denklemlerde ARCH etkisinin varlığı tespit edildikten sonra uygun ARCH ve GARCH tipi modellerin seçimine geçilmiştir. Elde edilen bulgular,

enflasyon ve döviz kuru belirsizliklerine ilişkin en uygun modelin GARCH (1,1) modeli olduğunu, büyüme hızı belirsizliğine ilişkin en uygun modelin ise ARCH (1) modeli olduğunu göstermiştir.

Beşinci aşamada ise modellerde ARCH etkisinin ortadan kalktığını görmek amacıyla yeniden modellere ARCH – LM testi uygulanmıştır. Test sonuçları bütün modellerde ARCH etkisinin olmadığını göstermiştir. Sonrasında ise enflasyon, döviz kuru ve büyüme hızı endeks serilerinin aylık koşullu varyans değerleri hesaplanmıştır. Belirsizlik değişkenlerinin oluşturulması amacıyla aylık koşullu varyans değerlerinin yıllık ortalaması 2003-2012 dönemini kapsayacak şekilde hesaplanmıştır.

5.3. Dinamik Panel Veri Analiz Sonuçları

Çalışmada ilk olarak reel sektörde faaliyet gösteren firmaların sabit ve finansal varlık yatırımlarının belirleyicilerini tespit eden modellerde kullanılacak araç değişkenler, araç değişkenler regresyonu (Instrumental Variables Regression) yöntemi kullanılarak tespit edilmiştir.⁹ Sonrasında, Borsa İstanbul’da işlem gören ve reel sektörde faaliyet gösteren firmaların belirsizlik ve risk koşulları altında sabit sermaye yatırımları ile finansal yatırımlarını etkileyen faktörleri tespit eden denklem (18) ve (19)’daki iki ayrı model, Arellano ve Bond (1991)’un GMM tahmincisi kullanılarak tahmin edilmiştir.

Reel sektörde firmaların sabit sermaye yatırım kararlarını etkileyen faktörler model A’den hareketle tahmin edilmiş ve sonuçlar Tablo 1 ve 2’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Türkiye’de Firmaların Sabit Sermaye Yatırımlarını Belirleyen Belirsizlik Faktörlerine Yönelik Tahmin Sonuçları (T^k)

	Belirsizlik Modeli				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
I^k_{-1}	-0.2467** (0.1154)	-0.3384*** (0.1966)	-0.2190** (0.1075)	-0.1649* (0.0158)	-0.1649* (0.0158)
KO_{-1}	-0.1216** (0.0596)	-0.2438* (0.0627)	-0.1469** (0.0606)	-0.3877* (0.0230)	-0.3877* (0.0230)
$Rgap_{-1}$	0.0185* (0.0069)	0.0018*** (0.0010)	0.0172* (0.0065)	0.0086* (0.0001)	0.0086* (0.0001)
$BEnf$	-79.8589* (21.9237)				
$BRer$		-751.2135* (224.3309)			
$BGsyih$			-38.1988* (9.9404)		
Kr				0.1693** (0.0717)	
$Gsyih$					0.0095** (0041)
<i>Gözlem Sayısı</i>	1150	1150	1150	1150	1150
<i>Grup Sayısı</i>	212	212	212	212	212
<i>F İstatistiği</i>	20.17	33.08	21.17	1906.23	1904.74
<i>p-değeri</i>	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

m_1	-2.72	-1.98	-2.78	-2.20	-2.19
m_1 p-değeri	0.008	0.048	0.007	0.028	0.028
m_2	-1.50	-1.55	-1.54	-0.01	-0.59
m_2 p-değeri	0.133	0.121	0.125	0.999	0.553
Sargan	0.08	6.01	0.09	3.22	7.74
Sargan p-değeri	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

Notlar: Parantez içerisindeki değerler standart hataları göstermektedir. (-1) değeri değişkenlerin bir gecikmeli değerini göstermektedir. *, **, *** ; sırasıyla %1, %5 ve %10 düzeyindeki anlamlılıkları ifade etmektedir. Yıllara ilişkin sabit etkiler tabloda gösterilmemiştir.

Tablo 1’de görüldüğü gibi bütün modellerde $Rgap$ değişkeni ile firmaların sabit sermaye yatırımları arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Bu anlamlı ilişki model 1, 3, 4 ve 5’te % 1 anlamlılık düzeyinde, model 2’de ise % 10 anlamlılık düzeyindedir. $Rgap$ değişkeninin % 1 artması firmaların sabit sermaye yatırımlarında % 0.001 ile % 0.019 arasında bir oranda artışa neden olmaktadır. Diğer taraftan, bütün modellerde sermaye hâsıla oranı (KO) ile firmaların sabit sermaye yatırımları arasında % 5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Bu oranda meydana gelen % 1’lik bir artış firmaların sabit sermaye yatırımlarında % 0.12 ile % 0.39 arasında bir oranda azalışa yol açmaktadır.

Model 1, 2 ve 3’te enflasyon (BE_{nf}), döviz kuru (BR_{er}) ve büyüme hızı (BG_{syih}) belirsizlikleri ile firmaların sabit sermaye yatırımları arasında % 1 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Model 4 ve 5’te firmaların sabit sermaye yatırımları ile özel sektöre verilen toplam kredilerin GSYİH’ya oranı (Kr) ve büyüme hızı (G_{syih}) arasında % 5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak pozitif yönlü bir ilişki edilmiştir. Bu durum özel sektöre verilen toplam kredilerin GSYİH içindeki payının ve büyüme hızının % 1 artmasının firmaların sabit sermaye yatırımlarını sırasıyla yaklaşık % 0.16 ve % 0.01 oranında arttırdığını göstermektedir.

Modellerin tamamı dikkate alındığında, firmaların sabit sermaye yatırım kararlarını en fazla etkileyen ekonomik faktörlerin sırasıyla döviz kuru belirsizliği, enflasyon belirsizliği, büyüme hızı belirsizliği ve kredi değişkeni; en az etkileyen faktörün ise büyüme hızı değişkeni olduğu görülmektedir.

Tablo 2’de görüldüğü gibi bütün modellerde $Rgap$ değişkeni ile firmaların sabit sermaye yatırımları arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Bu anlamlı ilişki model 1’de % 1 anlamlılık düzeyinde, model 2, 3 ve 4’te ise % 5 anlamlılık düzeyindedir. $Rgap$ değişkeninin % 1 artması firmaların sabit sermaye yatırımlarında % 0.0008 ile % 0.0012 arasında bir oranda artışa neden olmaktadır. Diğer taraftan, bütün modellerde sermaye hâsıla oranı ile firmaların sabit sermaye yatırımları arasında % 1 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Bu oranda meydana gelen % 1’lik bir artış firmaların sabit sermaye yatırımlarında % 0.33 ile % 0.46 arasında bir oranda azalışa yol açmaktadır.

Tablo 2. Türkiye’de Firmaların Sabit Sermaye Yatırımlarını Belirleyen Risk Faktörlerine Yönelik Tahmin Sonuçları (I^k)

	Risk Modeli			
	(1)	(2)	(3)	(4)
I^k_{-1}	-0.1220* (0.0193)	-0.1330* (0.0218)	-0.1341* (0.0253)	-0.2478* (0.0119)
KO_{-1}	-0.3378* (0.0330)	-0.3283* (0.0381)	-0.4558* (0.0585)	-0.3920* (0.0213)
$Rgap_{-1}$	0.00084* (0.00026)	0.00124** (0.00048)	0.00123** (0.00058)	0.00084** (0.00033)
ER	1.3541* (0.1427)			
FR		2.4812* (0.3345)		
PR			3.0556* (0.3944)	
$ICRG$				3.7395* (0.2791)
<i>Gözlem Sayısı</i>	1150	1150	1150	1150
<i>Grup Sayısı</i>	212	212	212	212
<i>F İstatistiği</i>	145.15	103.54	66.45	450.25
<i>p-değeri</i>	0.000	0.000	0.000	0.000
m_1	-2.23	-2.74	-2.39	-2.41
m_1 p-değeri	0.026	0.008	0.017	0.018
m_2	-0.72	0.30	-1.43	-0.45
m_2 p-değeri	0.470	0.762	0.152	0.652
<i>Sargan</i>	2.58	0.37	5.86	1.07
<i>Sargan p-değeri</i>	1.000	1.000	1.000	1.000

Tahmin sonuçları risk açısından ele alındığında ekonomik risk (ER), finansal risk (FR), politik risk (PR) ve ülke riski ($ICRG$) endeksleri ile firmaların sabit sermaye yatırımları arasında %1 anlamlılık düzeylerinde istatistiksel olarak pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Ekonomik, finansal, politik ve ülke risklerinde meydana gelen % 1’lik bir artış, risk endekslerinin azalmasına neden olarak firmaların sabit sermaye yatırımlarını sırasıyla yaklaşık % 1.35, % 2.48, % 3.05 ve % 3.73 oranında azaltmaktadır.

Modellerin tamamı dikkate alındığında, firmaların sabit sermaye yatırım kararlarını en fazla etkileyen risk faktörlerinin sırasıyla ülke riski, politik risk ve finansal risk olduğu; en az etkileyen risk faktörünün ise ekonomik risk olduğu görülmektedir.

Reel sektörde firmaların finansal yatırım kararlarını etkileyen faktörler model B’den hareketle tahmin edilmiş ve sonuçlar Tablo 3 ve 4’te gösterilmiştir.

Tablo 3. Türkiye’de Firmaların Finansal Yatırımlarını Belirleyen Belirsizlik Faktörlerine Yönelik Tahmin Sonuçları (*FK*)

	Belirsizlik Modeli				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<i>FK</i> ₁	-0.3874* (0.0135)	-0.3733* (0.0136)	-0.3912* (0.0140)	-0.3912* (0.0140)	-0.3728* (0.0136)
<i>FK</i> ₂	-0.1806* (0.0090)	-0.2002* (0.0089)	-0.1781* (0.0092)	-0.1781* (0.0092)	-0.2009* (0.0089)
<i>K</i> ^a	0.1080* (0.0335)	0.0996* (0.0342)	0.1204* (0.0358)	0.1204* (0.0358)	0.0989* (0.0342)
<i>Rgap</i> ₁	-0.00085* (0.0001)	-0.00089* (0.0001)	-0.00086* (0.0001)	-0.00086* (0.0001)	-0.00089* (0.0001)
<i>BEnf</i>	-281.8671* (91.0128)				
<i>BRer</i>		-137.3118** (66.2703)			
<i>BGsyih</i>			-219.2422** (106.0273)		
<i>Kr</i>				-1.1018** (0.5328)	
<i>Gsyih</i>					0.0125* (0031)
<i>Gözlem Sayısı</i>	1541	1541	1541	1541	1541
<i>Grup Sayısı</i>	216	216	216	216	216
<i>F İstatistiği</i>	2239.67	2197.81	2053.41	2053.41	2197.37
<i>p-değeri</i>	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
<i>m</i> ₁	-6.15	-6.06	-5.98	-5.98	-6.07
<i>m</i> ₁ <i>p-değeri</i>	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
<i>m</i> ₂	0.85	1.41	0.74	0.74	1.43
<i>m</i> ₂ <i>p-değeri</i>	0.393	0.159	0.461	0.461	0.153
<i>Sargan</i>	93.97	92.59	94.03	94.03	92.56
<i>Sargan p-değeri</i>	0.286	0.321	0.259	0.259	0.322

Notlar: Parantez içerisindeki değerler standart hataları göstermektedir. (-1) ve (-2) değeri değişkenlerin bir ve iki gecikmeli değerini göstermektedir.

Tablo 3’te görüldüğü gibi bütün modellerde *Rgap* değişkeni ile firmaların finansal yatırımları arasında % 1 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. *Rgap* değişkeninin %1 azalması firmaların finansal yatırımlarında yaklaşık % 0.0009 oranında artışa neden olmaktadır. Diğer taraftan, modellerin hepsinde firmaların gerçekleştirdikleri toplam yatırım miktarı (*K*^a) ile finansal yatırımları arasında % 1 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Firmaların gerçekleştirdikleri toplam yatırım miktarında meydana gelen % 1’lik bir artış firmaların finansal yatırımlarını % 0.09 ile % 0.12 arasında bir oranda arttırmaktadır.

Model 1, 2 ve 3’te döviz kuru ve büyüme hızı belirsizlikleri ile firmaların finansal yatırımları arasında % 5 anlamlılık düzeyinde, enflasyon belirsizliği ile ise % 1 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Model 4 ve 5’te

firmaların finansal yatırımları ile özel sektöre verilen toplam kredilerin GSYİH'ya oranı ve büyüme hızı arasında % 1 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bu ilişkinin özel sektöre verilen toplam kredilerin GSYİH'ya oranı ve firmaların finansal yatırımları arasında negatif, büyüme hızı ve firmaların finansal yatırımları arasında ise pozitif yönlü olduğu görülmektedir. Bu durum sektöre verilen toplam kredilerin GSYİH içindeki payının % 1 artmasının firmaların finansal yatırımlarını yaklaşık %1.1 oranında azalttığını; büyüme hızının % 1 artmasının ise firmaların finansal yatırımlarını yaklaşık % 0.012 oranında arttırdığını göstermektedir.

Modellerin tamamı dikkate alındığında, firmaların finansal yatırım kararlarını en fazla etkileyen ekonomik faktörlerin sırasıyla enflasyon belirsizliği, büyüme hızı belirsizliği, döviz kuru belirsizliği ve kredi değişkeni; en az etkileyen faktörün ise büyüme hızı değişkeni olduğu görülmektedir.

Tablo 4. Türkiye'de Firmaların Finansal Yatırımlarını Belirleyen Risk Faktörlerine Yönelik Tahmin Sonuçları (FK)

	Risk Modeli			
	(1)	(2)	(3)	(4)
<i>FK-1</i>	-0.3714* (0.0136)	-0.3682* (0.0135)	-0.3699* (0.0136)	-0.3703* (0.0136)
<i>FK-2</i>	-0.2034* (0.0087)	-0.2097* (0.0083)	-0.2061* (0.0086)	-0.2054* (0.0086)
<i>K^a</i>	0.0996* (0.0348)	0.1063* (0.0349)	0.1012* (0.0345)	0.1007* (0.0345)
<i>Rgap-1</i>	-0.00089* (0.0001)	-0.00091* (0.0001)	-0.00090* (0.0001)	-0.00090* (0.0001)
<i>ER</i>	0.4991* (0.1332)			
<i>FR</i>		1.4048** (0.5497)		
<i>PR</i>			2.4920* (0.7418)	
<i>ICRG</i>				1.2125* (0.3496)
<i>Gözlem Sayısı</i>	1541	1541	1541	1541
<i>Grup Sayısı</i>	216	216	216	216
<i>F İstatistiği</i>	2199.81	2220.69	2205.10	2203.44
<i>p-değeri</i>	0.000	0.000	0.000	0.000
<i>m₁</i>	-6.05	-6.01	-6.04	-6.04
<i>m₁ p-değeri</i>	0.000	0.000	0.000	0.000
<i>m₂</i>	1.49	1.63	1.55	1.54
<i>m₂ p-değeri</i>	0.136	0.102	0.120	0.124
<i>Sargan</i>	92.44	92.20	92.31	92.34
<i>Sargan p-değeri</i>	0.325	0.331	0.328	0.327

Tablo 4'te görüldüğü gibi bütün modellerde *Rgap* değişkeni ile firmaların finansal yatırımları arasında % 1 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. *Rgap* değişkeninin %1 azalması firmaların finansal yatırımlarında yaklaşık %0.0009 oranında artışa neden olmaktadır. Diğer taraftan, modellerin hepsinde firmaların gerçekleştirdikleri toplam yatırım miktarı ile finansal yatırımları arasında % 1

anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Firmaların gerçekleştirdikleri toplam yatırım miktarında meydana gelen %1'lik bir artış firmaların finansal yatırımlarını %0.09 ile %0.10 arasında bir oranda arttırmaktadır.

Tahmin sonuçları risk açısından ele alındığında ekonomik risk, politik risk ve ülke riski endeksleri ile firmaların finansal yatırımları arasında %1 anlamlılık düzeyinde; finansal risk endeksi ile ise %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Ekonomik, finansal, politik ve ülke risklerinde meydana gelen %1'lik bir artış, risk endekslerinin azalmasına neden olarak firmaların finansal yatırımlarını sırasıyla yaklaşık %0.49, %1.4, %2.5 ve %1.21 oranında azaltmaktadır.

Modellerin tamamı dikkate alındığında, firmaların finansal yatırım kararlarını en fazla etkileyen risk faktörlerinin sırasıyla politik risk, finansal risk ve ülke riski olduğu; en az etkileyen risk faktörünün ise ekonomik risk olduğu görülmektedir.

Tablo 1, 2, 3 ve 4'te görüldüğü gibi bütün modellerde m_1 olasılık değerleri (p-değeri) 0.05'ten küçük değerler alırken m_2 olasılık değerlerinin (p-değeri) 0.05'ten büyük değerler aldığı görülmektedir. m_1 olasılık değerlerinin (p-değeri) 0.05'ten küçük değerler alması %5 anlamlılık düzeyinde bu modellere ilişkin hata terimlerinde birinci dereceden otokorelasyon olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan modellerin hepsinde m_2 olasılık değerlerinin (p-değeri) 0.05'ten büyük değerler alması ise %5 anlamlılık düzeyinde modellere ilişkin hata terimlerinde ikinci dereceden otokorelasyon olmadığını göstermektedir. Ayrıca, modellerin hepsinde sargan olasılık değerleri (p-değeri) 0.05'ten büyük değerler aldığı görülmektedir. Bu durum istatistiksel olarak %5 anlamlılık düzeyinde modellerde kullanılan araç değişkenlerin geçerli olduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

6. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada 2003-2012 dönemi itibarıyla, belirsizlik ve risk faktörlerinin Türkiye'de reel sektörde faaliyet gösteren firmaların sabit sermaye ve finansal yatırım kararları üzerindeki etkileri araştırılması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, enflasyon, döviz kuru ve büyüme hızı belirsizlikleri ile ekonomik, finansal, politik ve ülke risklerinin firmaların sabit sermaye ve finansal yatırım kararları üzerindeki etkileri, dinamik panel veri analiz yöntemlerinden Arellano ve Bond tarafından 1991 yılında geliştirilen GMM tahmin tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonuçları özetle şöyledir:

Enflasyon, döviz kuru ve büyüme hızı belirsizliklerinin firmaların sabit sermaye ve finansal yatırımları üzerindeki etkisine bakıldığında, döviz kuru belirsizliğinin firmaların sabit sermaye yatırım kararları üzerinde, enflasyon ve büyüme hızı belirsizliklerinin finansal yatırım kararları üzerinde daha güçlü bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Döviz kuru belirsizliğinin azaldığı bir ortamda firmalar sabit sermaye yatırımlarını finansal yatırımlarına göre nispi olarak daha fazla; enflasyon ve büyüme hızı belirsizliklerinden herhangi birinin azaldığı ortamda ise finansal yatırımlarını sabit sermaye yatırımlarına göre nispi olarak daha fazla arttırmaktadırlar. Bu durum makroekonomik belirsizliğin genel olarak etkisinin finansal piyasalar üzerinde etkili olduğunu ve finansal piyasaların kırılğan bir yapıya sahip olduğunu gösterebilmektedir.

Özel sektöre verilen kredilerin GSYİH içindeki payı değişkeninin firmaların sabit sermaye ve finansal yatırımları üzerindeki etkisi farklı büyüklükte ve zıt yönde olduğu görülmektedir. Kredilerin GSYİH içindeki payında meydana gelen artışın firmaların finansal yatırım kararları üzerinde sabit sermaye yatırım kararlarına göre daha güçlü bir etki yarattığını göstermektedir. Artan kredi miktarının büyük bir bölümünün firmalar tarafından sabit sermaye yatırımlarda kullanıldığını gösterebileceği gibi finansal piyasalardan reel piyasalara doğru kaynak aktarımının olduğunun göstergesi olabilmektedir.

Büyüme hızının firmaların sabit sermaye ve finansal yatırımları üzerinde farklı büyüklükte ve aynı yönde etkisi olduğu görülmektedir. Büyüme hızında meydana gelen bir artış, firmaların finansal yatırım kararları üzerinde sabit sermaye yatırım kararlarına göre daha güçlü bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Artan gelirin büyük bir bölümünün firmalar tarafından kısa vadeli likit finansal yatırımlarda ve daha küçük bir bölümünün ise sabit sermaye yatırımlarında kullanıldığını gösterebilmektedir.

Ekonomik, finansal, politik risk ve ülke riskinin firmaların sabit sermaye yatırım kararları üzerinde finansal yatırım kararlarına göre daha güçlü bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu tür risklerin azalması, risk endekslerinin artmasına neden olarak firmaların sabit sermaye yatırımlarını finansal yatırımlarına göre sırasıyla yaklaşık 3, 0.8, 0.3 ve 3 kat daha fazla artırmaktadır. Bu durum risk karşısında reel piyasaların finansal piyasalara göre daha kırılğan bir yapıya sahip olduğunun bir kanıtı olabilmektedir.

Ekonomik faktörlerin firmaların finansal yatırımlarını sabit sermaye yatırımlarına göre daha olumsuz etkilemesi iki şekilde açıklanabilmektedir. İlk olarak bu faktörlerde meydana gelen artış, ülkeye olan güvenin azalmasına sebep olmaktadır. Güvenin azalması ile birlikte ülkeye giren yabancı sermaye miktarında bir azalış olabileceği gibi ülkede bulunan yabancı sermayenin de ülkeden çıkmasına yol açabilmektedir. Yabancı portföy yatırımlarının doğrudan yabancı sermaye yatırımlarından daha fazla azalması durumunda, finansal yatırımlar sabit sermaye yatırımlarına göre daha fazla etkilenebilmektedir. İkinci olarak bu durum sabit sermaye yatırımları ve finansal yatırımlar arasındaki yapısal farklılıklardan kaynaklanabilmektedir. Sabit sermaye yatırımları uzun vadeli ve geri çevrilemez iken finansal yatırımlar daha kısa vadeli ve batık maliyeti içermeyen yatırımlardır. Sabit sermaye yatırımlarında uyarılma maliyeti ve tamamlanma gecikmesi söz konusu iken finansal yatırımlar için böyle bir durumun söz konusu olmamasıdır.

Diğer taraftan, firmaların sabit sermaye ve finansal yatırım kararlarını belirleyen risk faktörleri dikkate alındığında risk faktörlerinin, firmaların sabit sermaye yatırım kararları üzerinde finansal yatırım kararlarına göre daha etkili olduğu görülmektedir. Riskin arttığı bir durumda sabit sermaye yatırımlarının finansal yatırımlara göre daha olumsuz etkilenmesi uluslararası sermaye hareketleri ile açıklanabilmektedir. Artan risk, ülkeye olan güvenin azalmasına neden olmakta ve ülkeye giren yabancı sermaye miktarını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu durum hem sermaye hem de borçlanma maliyeti üzerinde bir artışa sebep olarak firmaların sabit sermaye yatırımlarının azalmasına yol açabilmektedir. Ayrıca, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının azalması sabit sermaye yatırımlarının finansal yatırımlara oranla daha fazla etkilenmesine neden olabilmektedir. Bununla birlikte risk ile getiri arasındaki doğrusal ilişki nedeniyle, riskin artması risk

primini artırmaktadır. Riski seven yabancı yatırımcıların daha yüksek getiri elde edebilmek amacıyla Türkiye’de yatırım yapması, riskin finansal yatırımlar üzerindeki olumsuz etkisini azaltmakta ve finansal yatırımların sabit sermaye yatırımlarına göre daha az etkilenmesine neden olabilmektedir.

Sonuç olarak belirsizlik ve risk faktörlerinin firmaların sabit sermaye ve finansal yatırım kararlarına etkisi beraber analiz edildiğinde, ekonomik ve politik faktörlerin firmaların finansal yatırım kararlarına olan etkisinin, risk faktörlerinin ise sabit sermaye yatırım kararlarına olan etkisinin daha fazla olduğu görülmektedir. Ayrıca firmaların sabit sermaye ve finansal yatırım kararlarında belirsizlik durumunda sergiledikleri tutumu risk karşısında sergilemedikleri görülmektedir.

NOTLAR

¹ Stein Lemma: x ile y değişkenleri tesadüfi değişkenler olduğu ve $g(x)$ ve y 'nin normal dağılıma sahip oldukları varsayımı altında, $cov(g(x), y) = E[g(x)']cov(x, y)$ dir Eğer $g(x)$ ve y normal dağılıma sahip değilse merkezi limit teoremi ile $cov(g(x), y) \cong E[g(x)']cov(x, y)$ 'dir (Huang ve Litzenberger,1988)

²Logaritmik ifadede bölüm ve çarpım özelliği $Log\left(\frac{a}{b}\right) = log(a) - log(b)$ ve $log(ab) = log(a) + log(b)$ şeklinde ifade edilmektedir.

³ Risk varyanslarının sıfıra yakın çok küçük değerler alması sonucu $Ln(\sigma_{e,t}^2 + \sigma_{p,t}^2 + \sigma_{f,t}^2)$ ile $Ln(\sigma_{e,t}^2) + Ln(\sigma_{p,t}^2) + Ln(\sigma_{f,t}^2)$ ifadesinin yaklaşık olarak birbirine eşit olduğu varsayılmıştır.

⁴ ($\hat{\epsilon}_{t-1}^2, \hat{\epsilon}_{t-2}^2, \dots, \hat{\epsilon}_{t-p}^2 \geq 0$ ve $h_t > 0$)

⁵ ($\alpha_1 + \alpha_2 + \dots + \alpha_p < 1$ ve $i = 1, 2, \dots, p$ olmak üzere $\alpha_i < 1$)

⁶ $p > 0$ ve $q \geq 0$, $i=1,2,\dots,p$ $j=1,2,\dots,q$ değerleri için $\alpha_0 > 0$, $\alpha_i \geq 0$ ve $\beta_j \geq 0$ 'dır.

⁷ Net sabit varlık yatırımları = $Log\left(\frac{K_{it}}{K_{i,t-1}}\right) = Log\left(1 + \frac{\Delta K_{it}}{K_{i,t-1}}\right) \cong \frac{\Delta K_{it}}{K_{i,t-1}} \cong \frac{I_{it}}{K_{i,t-1}} - \delta$, δ Yıpranma payını ve K_{it} firmanın sahip olduğu net sabit (duran) varlıkları göstermektedir (Mairesse, Hall ve Mulkay,1998:9)

⁸ Faaliyet Karı = Net Satışlar-Satılan Malın Maliyeti- Faaliyet Giderler ve Net Maddi Duran Varlıklar = (Dönem başı Maddi Duran Varlıklar + Dönem sonu Maddi Duran Varlıklar) / 2 şeklinde hesaplanmıştır.

⁹ Araç değişken regresyon yöntemlerinden GMM metodu kullanılarak elde edilen araç değişkenlerinin geçerliliğini gösteren matrisler, araç değişken regresyon yöntemi kullanılarak elde edilen modellere ait hata payları ile araç değişkenleri arasında bir ilişki olmadığını göstermektedir. Bu durum araç değişkenlerinin geçerli olduğunu göstermektedir.

KAYNAKÇA

- Aizenman, J., & Marion, N. P. (1993). Macroeconomic Uncertainty and Private Investment. *Economics Letters*, 41(2), 207-210. doi:10.1016/0165-1765(93)90198-L
- Alesina, A., & Perotti, R. (1996). Income Distribution, Political Instability, and Investment. *European Economic Review*, 40(6), 1203-1228. doi:10.1016/0014-2921(95)00030-5
- Arellano, M., & Bond, S. (1991). Some Tests of Specification for Panel Data: Monte Carlo Evidence and an Application to Employment Equations. *The Review of Economic Studies*, 58(2), 277-297. doi: 10.2307/2297968
- Arestis, P., González, A. R., & Dejuán, Ó. (2012). *Investment, Financial Markets, and Uncertainty*. Levy Economics Institute Economics Working Paper Archive. WP. No. 743.
- Arslan, Y., Demirhan, A. A., Hulagu, T., & Sahinoz, S. (2012). *Belirsizlik Altında Yatırım Planları*. CBT Research Notes in Economics, No. 2012-13. Ankara: Central Bank of the Republic of Turkey.
- Baltagi, B. (2005). *Econometric Analysis of Panel Data*. Canada: John Wiley & Sons.
- Bollerslev, T. (1986). Generalized Autoregressive Conditional Heteroskedasticity. *Journal of Econometrics*, 31(3), 307-327. doi:10.1016/0304-4076(86)90063-1
- Campos, N. F., & Nugent, J. B. (2003). Aggregate Investment and Political Instability: An Econometric Investigation. *Economica*, 70(279), 533-549. doi: 10.1111/1468-0335.01081
- Demir, F. (2005). *Financial Liberalization, Private Investment and Low Growth Traps in Argentina, Mexico and Turkey: Limits of Growth without Investment*. IN: University of Notre Dame.
- Demir, F. (2009a). Macroeconomic Uncertainty and Private Investment in Argentina, Mexico and Turkey. *Applied Economics Letters*, 16(6), 567-571. doi: 10.1080/13504850701206528
- Demir, F. (2009b). Financial Liberalization, Private Investment and Portfolio Choice: Financialization of Real Sectors in Emerging Markets. *Journal of Development Economics*, 88(2), 314-324. doi: 10.1016/j.jdeveco.2008.04.002
- Duch, R. (2008). *Longitudinal/Panel Data Analysis: Lecture 3 and 4*. (Erişim: 27.11.2014), <http://www.raymondduch.com/class/panel%20data>.
- Enders, W. (2004). *Applied Econometric Time Series*. New York: John Willey and Sons.
- Engle, R. (2001). GARCH 101: The Use of ARCH/GARCH Models in Applied Econometrics. *The Journal of Economic Perspectives*, 15(4), 157-168.
- Engle, R. F. (1982). A General Approach to Lagrange Multiplier Model Diagnostics. *Journal of Econometrics*, 20(1), 83-104. doi:10.1016/0304-4076(82)90104-X

- Escaleras, M., & Kottaridi, C. (2014). The Joint Effect of Macroeconomic Uncertainty, Sociopolitical Instability, and Public Provision on Private Investment. *The Journal of Developing Areas*, 48(1), 227-251. doi: 10.1353/jda.2014.0019
- Günçavdi, Ö., & McKay, A. (2003). Macroeconomic Adjustment and Private Manufacturing Investment in Turkey: A Time-Series Analysis. *Applied Economics*, 35(18), 1901-1909. doi: 10.1080/00036840310001628099
- Gürsakal, S. (2009). Varyans Kırılması Gözlemlenen Serilerde Garch Modelleri: Döviz Kuru Oynaklığı Örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32, 319-337.
- Huang, C. F., & Litzenberger, R. H. (1988). *Foundations for Financial Economics*. Netherlands: North-Holland.
- Karapınar, G. (2008). *Uncertainty and Investment: Evidence from the Panel Data of Turkish Manufacturing Firms*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Koç, H., & Değer, M. K. (2010). Döviz Kuru Belirsizliği ve Yurtiçi Yatırımlar: Türkiye Ekonomisi Üzerine Nedensellik Testleri (1988-2007). *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 24(3), 79-93.
- Le, Q. V. (2004). Political and Economic Determinants of Private Investment. *Journal of International Development*, 16(4), 589-604. doi: 10.1002/jid.1109
- Le, Q. V., & Zak, P. J. (2006). Political Risk and Capital Flight. *Journal of International Money and Finance*, 25(2), 308-329. doi: 10.1016/j.jimonfin.2005.11.001
- LeRoy, S. F., & Singell, L. D. (1987). Knight on Risk and Uncertainty. *Journal of political economy*, 95(2), 394-406.
- Luintel, K. B., & Mavrotas, G. (2005). *Examining Private Investment Heterogeneity. Evidence from a Dynamic Panel*. World Institute for Development Economic Research (UNU-WIDER). WP. No. 2005/11.
- Mairesse, J., Hall, B. H., & Mulkay, B. (1999). *Firm-Level Investment in France and the United States: An Exploration of What We Have Learned in Twenty Years*. NBER Working Paper Series. WP. No. 7437.
- Özçiçek, Ö. (2007). Nominal Kur Oynaklığı ve Türkiye’de Sermaye Yatırımı Üzerindeki Etkisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 73-84.
- Özman, M. (1996). *Türkiye Ekonomisinde Belirsizliğin Özel Yatırım Harcamalarına Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi.
- Poon, S. H., & Granger, C. W. (2003). Forecasting Volatility in Financial Markets: A Review. *Journal of economic literature*, 41(2), 478-539. doi: 10.1257/002205103765762743
- Pradhan, G., Schuster, Z., & Upadhyaya, K. P. (2004). Exchange Rate Uncertainty and the Level of Investment in Selected South-East Asian Countries. *Applied Economics*, 36(19), 2161-2165. doi: 10.1080/0003684042000282498

Sile, A. E. (2003). *The Effects of Macroeconomic Uncertainty on Irreversible Investment*. PhD Thesis. Georgetown University.

Tobin, J. (1965). Money and Economic Growth. *Econometrica*, 33(4), 671-684. doi: 10.2307/1910352

Tornell, A. (1990). Real vs. Financial Investment: Can Tobin Taxes Eliminate the Irreversibility Distortion?. *Journal of Development Economics*, 32(2), 419-444. doi:10.1016/0304-3878(90)90045-D

EK 1:

Firmaların bilanço ve gelir tablolarında elde edilen veriler üretici fiyat endeksi kullanılarak 2010 yılı fiyatlarına göre uyarlanmış ve analizlerde kullanılan mikro ölçekli değişkenler elde edilmiştir.

I^k : Firmanın sahip olduğu sabit varlık yatırımı toplamını ifade etmektedir. Net sabit varlık yatırımları net sabit sermaye stokunun logaritmik farkı alınarak hesaplanmıştır.

I^f : Firmanın sahip olduğu finansal varlık yatırımı toplamını ifade etmektedir. Toplam finansal varlık ise nakit, vadeli hesaplar, vadesiz hesaplar ve çekleri içeren dönen varlıklar ile hisse senetleri, özel sektör bonoları, devlet tahvili, hazine bonusu ve repo içeren kısa dönem finansal yatırımları toplamından oluşmaktadır.

K : Firmanın sahip olduğu net sabit sermaye stoğunu göstermektedir. Net sabit sermaye stoğu, dönem sonu toplam maddi duran varlıklardan amortismanlar ve arazi ile binaların çıkarılması ile elde edilmiştir.

K^a : Firmanın sahip olduğu sabit ve finansal varlık yatırımları toplamını ifade etmektedir. Diğer bir ifadeyle toplam yatırımlar firmanın dönem sonu sahip olduğu net sabit varlıklar ile finansal varlıklarının toplamından oluşmaktadır.

I^f / K^a : Dönem sonu itibariyle firmanın sahip olduğu finansal varlık toplamının toplam yatırımlar içindeki payını göstermektedir.

r^f : Firmanın sahip olduğu finansal varlıklardan elde ettiği getiri oranını ifade etmektedir. Bu oran firmanın faaliyet dışı gelirlerinin toplam finansal varlıklarına bölünmesi ile elde edilmiştir.

r^k : Firmanın sahip olduğu sabit varlıklardan elde ettiği getiri oranını ifade etmektedir. Bu oran firmanın dönem sonu net satışlarından satılan malın maliyeti ve faaliyet giderleri düşülerek hesaplanan faaliyet gelirlerinin net sabit sermaye stoğuna bölünmesi ile elde edilmiştir.

KO : Firmanın sermaye hasıla oranını ifade etmektedir. Bu oran dönem başı net sabit sermaye stoğunun net satışlara bölünerek hesaplanmıştır.

BE_{nf} : Enflasyon belirsizliğini temsil eden bu değişkenin hesaplanmasında OECD veritabanından alınan ve 2003:01-2012:12 dönemini kapsayan üretici fiyat endeksi kullanılmıştır.

BR_{er} : Döviz kuru belirsizliğini temsil eden bu değişkenin hesaplanmasında BIS (Bank for International Settlements) veritabanından alınan ve 2003:01-2012:12 dönemini

kapsayan 61 ülkeye göre ağırlıklandırılmış aylık reel döviz kuru verileri kullanılmıştır.

BGsyih : Büyüme hızı belirsizliğini temsil eden bu değişkenin hesaplanmasında OECD veritabanından alınan ve 1996:Q2-2012:Q4 dönemini kapsayan üç aylık büyüme hızı verileri kullanılmıştır.

Kr : Bankalar tarafından özel sektörde yer alan firmalara kullanılan kredi toplamının GSYİH içindeki payı olarak tanımlanmaktadır. Bu değişkene ilişkin veri seti yıllık olarak 2003:01-2012:12 dönemini kapsayacak şekilde Word DataBank veritabanından alınmıştır.

Gsyih : Büyüme hızını temsil eden bu değişkene ilişkin veri seti yıllık olarak 2003:01-2012:12 dönemini kapsayacak şekilde Word DataBank veritabanından alınmıştır.

ER: Ekonomik risk endeksi olarak tanımlanan bu değişkenin hesaplanmasında PRS Group'tan alınan ICRG Historical Data setinden kişi başına düşen gayri safi milli hâsıla, yıllık gerçek GSMH artışı, yıllık enflasyon artış oranı, GSMH'nin yüzdesi olarak bütçe dengesi ve GSMH'nin yüzdesi olarak cari hesap değişkenleri 2003:01-2012:12 dönemini kapsayacak şekilde kullanılmıştır.

FR: Finansal risk endeksi olarak tanımlanan bu değişkenin hesaplanmasında PRS Group'tan alınan ICRG Historical Data setinden GSMH'nin yüzdesi olarak toplam dış borç, toplam mal ve hizmet ihracatının yüzdesi olarak dış borç servisi, toplam mal ve hizmet ihracatının yüzdesi olarak cari hesap, ithalatın yapıldığı aylar bazında net uluslararası likidite ve yüzde değişim değeri olarak döviz kuru kararlılığı değişkenleri 2003:01-2012:12 dönemini kapsayacak şekilde kullanılmıştır.

PR: Politik risk endeksi olarak tanımlanan bu değişkenin hesaplanmasında PRS Group'tan alınan ICRG Historical Data hükümetin istikrarı, sosyoekonomik durum, yatırım ortamı, iç karışıklık, dış karışıklık, yozlaşma, askeri otoritenin politikaya etkisi, dinsel gerilimler, kanun ve düzenlemeler, etnik gerilim, demokratik sorumluluklar ve bürokrasi etkisi değişkenleri 2003:01-2012:12 dönemini kapsayacak şekilde kullanılmıştır.

ICRG : Ülke riski ya da komposit risk endeksi olarak tanımlanan bu değişkenin hesaplanmasında PRS Group'tan alınan ICRG Historical Data setinden ekonomik, politik ve finansal risk değişkenleri 2003:01-2012:12 dönemini kapsayacak şekilde kullanılmıştır.

Yeryüzü Şekillerinin Ülkeler Arası Ticarete Etkisi: Türkiye-İran Örneği

İrfan BAYTAR^{1,a}, Murat ERGİNYÜREK¹

¹ Öğr. Gör., Muş Alparslan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Muş/ Türkiye

Başvuru tarihi: 09 Ekim 2015 Düzeltme tarihi: 17 Mayıs 2016 Kabul tarihi: 07 Haziran 2016

Öz

Ülkelerin jeopolitik konumları göz önünde bulundurulduğunda Ortadoğu’da kurulan beylikler, ülkeler, imparatorluklar insanlık tarihi boyunca en önemli medeniyetleri oluşturmuşlardır. Medeniyetlerin oluşumunda ve gelişiminde siyasi, sosyal ve ekonomik faktörlerin önemli roller üstlendiği görülmektedir. Ortadoğu’nun coğrafi yapısı, medeniyetler arasındaki ilişkilerin oluşum ve gelişiminde önemli bir etken oluşturmuştur. Safevi-Osmanlı ve İran-Türkiye arasındaki ekonomik ilişkiler üzerinde çeşitli faktörlerin etkili olduğu görülmektedir. Yeryüzü şekilleri bu faktörlerden birini oluşturmaktadır. Yeryüzü şekillerinin bu ülkeler arasındaki sınırın oluşmasında ve ticari ilişkilerin gelişmesinde önemli etkisi olmuştur.

Türkiye-İran arasındaki sınır bölgesinin dağlık olması, iki ülke arasındaki karayolu ve demiryolu ağının gelişmemiş olması ve sınır kapılarının sayısının azlığına neden olmuştur. Karasal iklim özelliklerinin etkili olduğu bu bölgede yükseltinin artmasına bağlı olarak iklim şartları daha da sertleşmektedir. Bu durum, kış mevsiminin uzamasına ve ulaşım sisteminin de aksamasına neden olmaktadır. Türkiye’yi İran’a bağlayan demiryolu ağının yeryüzü şekillerinin engebelliğinden dolayı bir hatla sınırlı kalması ve bu hattın modernizasyon sıkıntıları, iki ülke arasındaki ağır yük taşınmasını zorlaştırmaktadır.

Anahtar Kelimeler

Coğrafi Konum, Ekonomik İlişkiler, İran, Sınır, Türkiye

^a Sorumlu Yazar/Corresponding Author: Muş Alparslan Üniversitesi Kampüsü, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Diyarbakır Yolu 7. Km, 49250, Muş / Türkiye.
e-posta: i.baytar@alparslan.edu.tr

The Impact of Landforms on Trade between the Countries: The Sample of Turkey- Iran

Abstract

Seigniories, countries, empires founded in the Middle East constituted important civilizations throughout human history when the geopolitical situations of counties are taken into consideration. It seems that political, social and economic factors play an important role in the formation and development of civilizations. The geographical structure of the Middle East has a dominant effect in the formation and development of relations among civilizations. A variety of factors seem to be effective on economic relations between Safavid and Ottoman and between Iran and Turkey. Landforms constitute only one of the factors. Landforms have been a major influence in both the formation of the border and in the development of commercial relations between two countries.

Because of the fact that the border region between Turkey and Iran is mountainous, it has led to the number of road and rail network to be less developed, and caused a shortage in the number of border crossings. Climatic conditions are more hardened owing to the height in this region in which continental climate is widespread. Since the roughness of landforms affects the development of highway negatively, transportation network is poorly developed. This situation creates a negative impact on economic relations. Therefore, this study focuses on the effects of landforms on economic activities between Turkey and Iran.

Keywords

Geographical Location, Economic Relations, Iran, Borders, Turkey

1. GİRİŞ

Türkiye ile İran Ortadoğu'nun iki önemli uygarlık merkezidir. İki ülkenin de tarihi, kültürel ve sosyal bir birlikteliğe sahiptir. Bu kadim birlikteliğin günümüzde de birtakım yansımaları olduğu bilinmektedir. Özellikle sınır birlikteliği ve bölge ülkeleri içindeki ağırlıkları nedeniyle iki ülke arasındaki ekonomik iş birliğinin birçok boyutuyla ele alınması gerekmektedir.

Mevcut Türkiye-İran sınırının tarihi (1639 Kasr-ı Şirin), ABD'nin tarihinden (1774) ve Alman birliğinin sağlanmasından (1871) daha eskidir (Davutoğlu, 2010: 434). İran'ın Anadolu üzerinden İpek Yolu vasıtasıyla Aras Vadisi ve Daryunk (Bayezıt) Kalesi güzergâhında ticari faaliyetleri olmuştur. M.Ö. 9. ve 10. yüzyıllarda Kariahi ve Miletli İyon tüccarlar, Karadeniz kıyılarından Trabzon'a kadar yol almıştır. Anadolu ticaret tarihi boyunca, ilk dönemden itibaren Trabzon'dan İran'a uzanan ticaret yolunu Miletlilerden önce kullanan Urartu Krallığı, İran ile Aras Vadisi boyunca ticari faaliyet sürdürmüştür (Aktaş, 2007: 27). Özellikle Osmanlı Devleti ile Safevi Devleti arasında yaşanan siyasi sürtüşmeler ekonomik ilişkilerin zaman zaman istenilen veya beklenen düzeyin altında olmasına neden olmuştur. Buna örnek olarak Yavuz Selim ile Şah İsmail dönemlerini gösterebiliriz. Tarihsel boyutu ile ticaret yollarını kontrol altına alma isteği uzun sürecek

sürtüşmelere yol almıştır. İki devlet arasında 1639 yılında imzalanan Kasr-ı Şirin antlaşması, ticari ilişkilerin yeniden düzelmesine ve ticaretin canlanmasına olanak sağlamıştır.

Osmanlı Devleti'nin yıkılıp yerine Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulması sonrasında da sınırda önemli bir değişiklik olmamıştır. Hatta bu iki ülke arasındaki sınır, Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan sonra önemli değişikliğin olmadığı tek sınır olarak kabul edilmektedir. Türkiye-İran arasındaki ekonomik ilişkiler incelendiğinde, küresel ticaretin bu kadar geliştiği bir dönemde belli yıllarda ticaret hacmi artsa da ekonomik ilişkilerin yeterli oranda gelişmediği görülmektedir.

2. TÜRKİYE-İRAN EKONOMİK İLİŞKİLERİ

Türkiye Kuzey Yarımkürede “Eski Dünya Karaları” adı verilen Asya, Avrupa ve Afrika kıtalarının ortasına yakın bir yerdedir. Türkiye Orta Asya, Balkanlar, Kafkasya, Doğu Avrupa ülkeleri ve Ortadoğu ülkelerinin arasında büyük bir pazarın merkezinde yer almaktadır (Güner, 2010: 5). Bu durum Türkiye'ye büyük bir avantaj sağlamaktadır. Türkiye, İran'ın Avrupa'ya açılan kapısı olması ve Avrupa ile ticarete Jeopolitik avantajları yönüyle önemli bir potansiyele sahiptir. Türkiye'nin batısında enerji ihtiyacı bulunan Avrupa ülkelerinin bulunması ve Türkiye'nin, enerji kaynaklarına sahip olan Irak ve İran ile komşu olması 21. yüzyılda enerjiye olan talebin bu kadar arttığı bir dönemde, önemli bir avantaj sağlamaktadır. Türkiye ile yaklaşık 454 km'lik sınırı bulunan İran'ın, Türkiye ile ilişkileri mevcut pazar potansiyelinin kullanılmasında son derece önemlidir (Şekil 1).

Şekil 1. Türkiye İle İran'ın Lokasyon Haritası



Tarihten günümüze kadar, önemli bazı ticaret yolları üzerinde kurulan medeniyetler ve ülkeler önemli avantajlara sahip olmuşlardır. Bu önemli ticaret yollarından biri olan İpek Yolu Türkiye üzerinden geçerek Orta Asya'yı Avrupa'ya bağlayan en kısa yoldur. Bu nedenle Türkiye ile İran arasında ekonomik işbirliğinin önemi daha da artmaktadır. Tarihi İpek Yolu'nu günümüzde 'Demirden İpek Yolu olarak uyarladığımızda; halen

kullanılmakta olan hattın Türkmenistan, Özbekistan, Kazakistan, Kırgızistan ile İran üzerinden Türkiye'ye ulaşan İran hattı olduğu bilinmektedir. Avrupa Birliği tarafından desteklenen bu proje Avrupa ile Asya arasında demiryolu bağlantısını kurmaya yöneliktir (Avcı, 2005: 93).

İran ile Türkiye arasındaki ekonomik ilişkilerin kökleri çok eski tarihlere dayanmaktadır. Bu topraklar üzerinde kurulan imparatorluklar ve devletlerarasında ekonomik ilişkiler geçmişten günümüze kadar devam etmiştir. Ülkeler arası ekonomik etkinlikleri belirleyen temel faktörler arasında siyasi sebepler elbette ki en önemli sebep sayılır. Ancak toplumların siyasi ilişkileri ne kadar iyi olsa da, toplumların ekonomik etkinliklerini yani ticaretlerini belirleyen önemli faktörlerden birinin ülke sınırlarını oluşturan yeryüzü şekilleri olduğu vakidir. Yeryüzü şekilleri ticari ilişkilerde kullanılacak güzergâhların yönünü, sınır kapılarının sayısını, hangi ulaşım araçlarıyla ticaretin yapılacağını, ticaretin zamana ve mekâna dağılışı biçimini genel olarak belirlemektedir.

İnsanoğlu, tarihinden bu yana ihtiyaç fazlası ürünleri farklı zamanlarda farklı karşılıklar alarak başkalarına vermiştir. Ayrıca ihtiyacı olan şeyleri de temin etme yoluna girmiştir. Bu durum, ticareti doğal ve kaçınılmaz kılmaktadır.

Türkiye-İran arasındaki dış ticaret hacmini incelediğimizde, iki ülkenin sahip olduğu mevcut kaynaklar ve gelişimleri göz önünde bulundurulduğunda iyi bir durumda olmadığı görülmektedir (Tablo 1).

Tablo 1. 2014 Yılında Türkiye İle En Çok İthalat ve İhracat Yapan İlk 10 Ülke

İhracat (1000 \$)		İthalat (1000 \$)	
1. Almanya	15 156 028	1. Rusya Fed.	25 293 392
2. Irak	10 896 203	2. Çin	24 918 238
3. İngiltere	9 914 028	3. Almanya	22 369 253
4. İtalya	7 144 642	4. ABD	12 727 481
5. Fransa	6 466 708	5. İtalya	12 055 916
6. ABD	6 345 064	6. İran	9 833 329
7. Rusya Feder.	5 945 713	7. Fransa	8 122 565
8. İspanya	4 763 140	8. Güney Kore	7 548 311
9. BAE	4 662 881	9. Hindistan	6 898 554
10. İran	3 888 292	10. İspanya	6 075 844

Kaynak: TÜİK (2015)

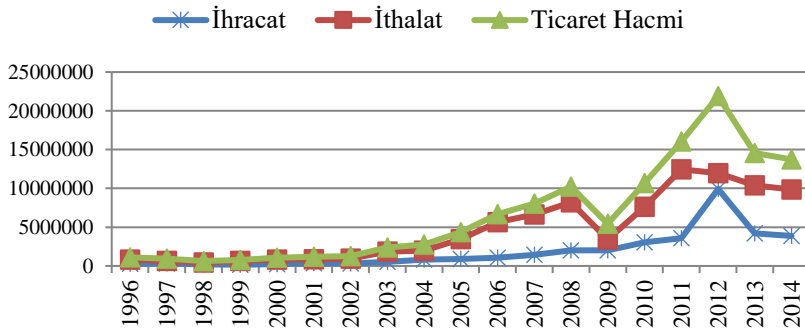
2014 yılı TÜİK verilerine göre, Türkiye'nin İran ile ticaretinde, ihracatta dünya ülkeleri içinde 10., ithalatta ise 6. sırada olduğu görülmektedir (Tablo 1). İki ülkenin mevcut jeopolitik konumları ve sahip oldukları kaynaklar çerçevesinde düşünüldüğünde ticari hacmin ve dünya ülkeleri içindeki sıralamanın daha iyi bir noktada olması gerekmektedir. Ancak bu durumun oluşmasında iki ülke arasındaki siyasi ilişkilerin etkili olduğu söylenebilir.

Türkiye-İran arasındaki ithalat ve ihracat dengesinin 1996-2014 yılları arasındaki durumu incelediğinde, bu yıllar arasında İran'dan ithalat oranının, İran'a ihracat oranından yüksek olduğu ve bu yıllar içinde istikrarlı bir dağılışı göstermediği görülmektedir (Tablo 2, Şekil 2).

Tablo 2. 1996-2014 Yılları Arasında Türkiye'nin İran ile Dış Ticaret Hacmi (.000\$)

	İhracat	İthalat	Dış Ticaret Hacmi
1996	297521	806 335	1103856
1997	307007	646 402	953409
1998	194696	433 026	627722
1999	157815	635 928	793743
2000	235785	815730	1051515
2001	360536	839800	1200336
2002	333962	920972	1254934
2003	533786	1860683	2394469
2004	813031	1962059	2775090
2005	912940	3469706	4382646
2006	1066902	5626610	6693512
2007	1441190	6615394	8056584
2008	2029760	8199689	10229449
2009	2024863	3405986	5430849
2010	3044177	7645008	10689185
2011	3589635	12461532	16051167
2012	9921621	11964779	21886400
2013	4192511	10383217	14575728
2014	3888292	9833329	13721621

Kaynak: TÜİK (2015)

Şekil 2. 1996-2014 Yılları Arasında Türkiye İle İran Arasında İhracat ve İthalat Durumu

Bu dönemde Türkiye-İran arasında yapılan dış ticaretin azlığı ve istikrarsızlığını, sadece iki ülke arasındaki yer şekillerinin engebeliliğine, gümrük kapılarının az ve ulaşım sistemlerinin yetersiz olmasına bağlamamak gerekmektedir. Bu tablonun oluşmasında dünyadaki siyasi dengeler ve iki ülke arasındaki siyasi ilişkilerin dönemsel değişimleri etkili olmaktadır. Özellikle 2009 yılında küresel ölçekteki kriz ve uluslararası piyasalarda petrol ve doğal gaz fiyatlarındaki düşüş, İran ile dış ticaret hacminin düşmesine neden olmuştur. 2012 yılından sonra İran-Türkiye ticaret haciminde keskin düşüşün olduğu

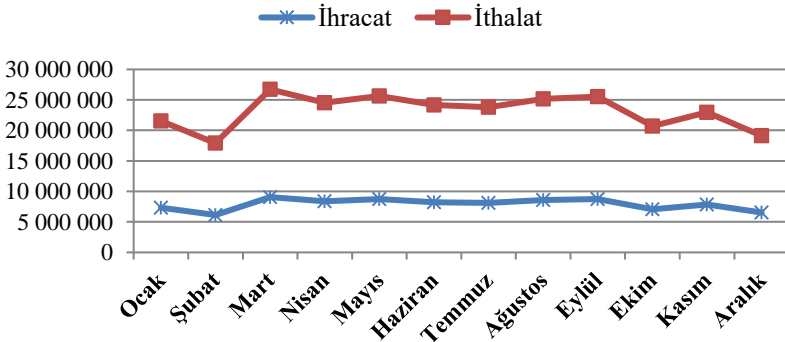
görülmemektedir. Bu durumun oluşmasında uluslararası piyasalarda petrol ve doğal gaz fiyatlarındaki düşüşün devam etmesi ve 2010 yılında İran'a uygulanan ambargonun etkisinin artması gösterilebilir. 2015 yılında Türkiye-İran arasında 29 Ocak 2014 tarihinde imzalan Türkiye-İran Tercihli Ticaret Anlaşması'nın 1 Ocak 2015 yılında yürürlüğe girmiştir ve bu sayede istikrarlı bir ticaretin yapılması ve ticaret hacminin yükseleceği düşünülmektedir. Fakat bu iyileşmenin küresel ölçekte başka dinamiklerle de desteklenmesi gerekmektedir.

Tablo 3. 2005-2014 Yılları Arası Türkiye İle İran Arasında Yapılan İhracat ve İthalatın Aylara Göre Ortalama Değeri (.000\$)

Aylar	İhracat	İthalat
Ocak	1 676 687	6 442 100
Şubat	1 894 587	5 259 355
Mart	2 427 110	7 871 793
Nisan	3 198 039	7 081 030
Mayıs	3 702 275	7 391 903
Haziran	3 490 410	6 710 327
Temmuz	4 038 850	6 493 331
Ağustos	2 159 735	7 240 752
Eylül	2 243 643	7 032 539
Ekim	2 262 215	5 777 271
Kasım	2 500 223	6 338 436
Aralık	2 517 783	5 469 657

Kaynak: TÜİK (2015)

Şekil 3. Türkiye İle İran Arasında Yapılan İhracat ve İthalatın Aylara Göre Ortalama Değeri (2005-2014)



Yukarıdaki tablo 3 ve şekil 3'e bakıldığında 2005-2014 yılları arasında aylara göre yapılan ortalama ithalat ve ihracat verilerini incelediğimizde kış aylarında bir düşüşün olduğu görülmektedir. Genellikle İran'a ihraç edilen ürünlerin başında kazan, makine ve cihazlar, demir ve çelik, motorlu kara taşıtları, elektrikli makine ve cihazlar, ağaç ve

ağaçtan ürünleri ile plastik ve plastik ürünler gelmektedir. İran'dan ithal edilen ürünlerin başında ise mineral yakıtlar ve mineral yağlar, bakır ve bakırdan eşyalar gelmektedir.

Sınır ticareti, temelde “sınır ve kıyı illeri ile bunlara komşu illerin ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla, komşu ülkelerin sınır ve kıyı yörelerinde karşılıklı olarak yapılan özel bir dış ticaret şekli” olarak tanımlanmıştır (Kökçe, 2005: 1). Sınır ticareti, sınır illerinde yaşayan gerçek ve tüzel kişilerin yapabilecekleri bir ticaret türüdür ve amacı da bu illerde yaşayan halkın ihtiyaçlarını daha ucuz ve kolay yoldan temin edebilmelerini sağlamaktır. Sınır ticareti, bölge halkının ihtiyaçlarının mahallinde karşılanması, sınır bölgelerinden kısa sürede tedarik edilmesi, bölge ekonomisine canlılık getirmesi, bölge insanına daha ucuza mal sağlanması, mal kaçakçılığının her türlüşününün asgariye indirilmesi, bürokratik işlemlerin azaltılması yoluyla dış ticaret hacminin genişletilmesi, bölge insanının refah düzeyinin yükseltilmesi, istihdamın artırılması, sınır ticareti yoluyla dış ticaretle uğraşan müteşebbis ruhun oluşumuna katkıda bulunmayı amaçlamaktadır (Orhan, 2000: 13).

Yeryüzü şekillerinin engebeli ve yükseltinin fazla olduğu bölgelerde, sınır ticaretinin az sayıdaki merkezler arasında yapılmasını zorunlu kılmaktadır. Sınırlar, siyasi olarak iki ülkeyi birbirinden ayırmasına rağmen, sınırın iki tarafında yaşayan insanların ekonomik, sosyal, kültürel ilişkileri ve akrabalık bağları devam etmektedir. Dolayısıyla sınırın iki yakasında yaşayan insanların illegal bir şekilde karşılıklı olarak mal alışverişi de devam etmektedir. İran'ın sahip olduğu zengin mazot kaynakları ile Türkiye'de akaryakıt fiyatının yüksek olması gibi başlıca etkenler, sınır boylarında kaçakçılık faaliyetlerinin yapılmasında etkili olmaktadır. Hatta sınırın diğer yakasında mensubu bulunan aşiretler sınır ticareti ve sınır kaçakçılığında diğer aşiretlere göre daha avantajlı konumdadır. Türkiye ve İran arasında yapılan protokollerle sınır ticareti geliştirilerek bir bakıma sınırda yaşanan kaçakçılığın önüne geçilmeye çalışılmaktadır. Sınır ticaretinde önemli olan, söz konusu alışverişin kontrollü ve resmi yollardan yapılmasına imkân da sağlamaktır. Sınır olgusu ile beraber sınırda yaşıyor olmanın çeşitli nimetlerinden de söz etmemiz gerekmektedir (Alagöz, 2014: 69).

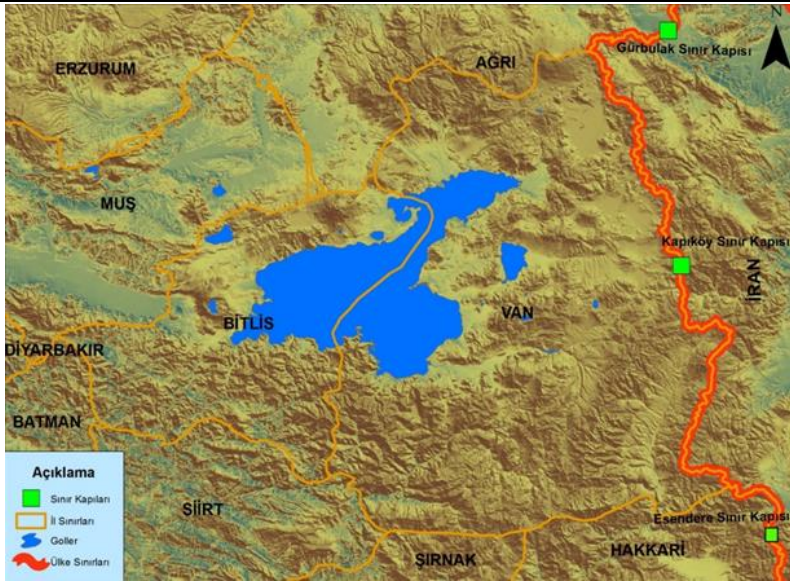
Türkiye-İran sınırındaki bölge arazilerinin engebeli olması, yüksek olması ve iklim şartlarının zor geçmesi iki ülke açısından da sınır güvenliğini güçleştirmektedir. Bu durum ve sınır boylarında yaşayan insanların ekonomik şartlarının iyi olmaması bu insanların kaçakçılığa yönelmesinde etkili olmaktadır.

Türkiye jeopolitik konum itibarıyla son derece önemli bir noktada bulunmaktadır. Demiryolu ulaşımından yararlanılması jeopolitik konumun sağlamış olduğu avantajın vazgeçilmez bir parçasıdır. Ancak mevcut demiryolu hatlarını incelediğimizde, bu jeopolitik öneme paralel bir gelişim görülmemektedir. Bu durumun görülmesinde cumhuriyetin kuruluşundan günümüze demiryolu altyapısıyla ilgili ileriye dönük uzun vadeli planlamanın yapılamamış olmasına bağlanabilir. Ulaşım sistemleri arasında eşgüdümlü yatırım dengesinin kurulmaması, ve karayolu yatırımlarına ağırlık verilerek demiryolu yatırımlarının aynı oranda yapılmaması etkili olmaktadır. Bu dönemde Türkiye'nin konumu gereği, Bulgaristan-Türkiye-İran arası yük ve yolcu taşımacılığında modern raylı sistemlerin döşenmiş olması gerekiyordu. Ancak Van'dan geçerek İran'a bağlanan hat, inşa edildiği dönemki durumundadır. Son dönemlerde eksiklikler belirlenmiş ve bu anlamda projeler hayata geçirilmeye çalışılmaktadır (Baytar, 2014: 30).

3. TÜRKİYE - İRAN EKONOMİK İLİŞKİLERİNİN GELİŞİMİNDE YERYÜZÜ ŞEKİLLERİNİN ETKİSİ

Türkiye ile İran arasındaki 454 km'lik sınır, Türkiye-Nahçıvan-İran sınırlarının kesişme noktası olan Dil Ucu'ndan başlar Irak sınırının başladığı Şapatan geçidine kadar uzanır. Türkiye tarafındaki Van Gölü havzası ile İran tarafındaki Urmiye Gölü havzası arasında kalan engebeli ve yüksek arazi üzerinden geçen su bölümü çizgisi iki ülke arasındaki doğal sınırı oluşturmaktadır (Güner, 2010: 5). Bu sınır bölgesinin tarihi bir özelliğe sahip olduğu bilinmektedir. Doğu ile Batı arasında adeta bir köprü görevi görmekte ve Avrupa'yı İran ve Hazar bölgesine bağlamaktadır. Bu bölgenin üzerinde Gürbulak, Kapıköy ve Esendere gümrük kapıları bulunmaktadır (Şekil 4).

Şekil 4. Türkiye İle İran Sınırı ve Gümrük Kapıları



Türkiye ve İran topografyası, diğer Orta Asya ülkelerinin arazileri gibi genel olarak 3. Jeolojik zamanda oluşmaya başlamıştır. Bu iki ülke arazisi Alp-Himalaya Dağ Sistemi üzerinde bulunmaktadır. 3. Jeolojik Zaman'da oluşmuş arazilerde yeryüzü şekilleri engebeli ve nisbeten yüksek olmaktadır. Yükselti ve engebelenin artması iklimi de olumsuz etkilemektedir. İran ile Türkiye arasındaki ulaşım ağlarının sıklık derecesini ve ulaşım ağlarının doğal güzergâhları bu oluşum neticesinde şekillenmiştir. Asya kıtasında tarihte doğal güzergâhlardan yararlanılarak yapılan en önemli yollardan biri de İpek Yolu'dur (Doğanay vd., 2012: 350). Türkiye ile İran'ın İpek yolu üzerinde bulunmaları iki ülkenin ticari ilişkileri üzerinde her dönemde etkili olmuştur.

4. TÜRKİYE İLE İRAN ARASINDAKİ SINIR KAPILARI

Türkiye-İran sınırında üç sınır kapısı bulunmaktadır. (Şekil 4) İki ülke arasındaki sınır kapısı sayısının az olmasında yer şekillerinin etkili olduğu görülmektedir. Yer şekillerinin kısmen uygun olduğu noktalar Hakkari-Urmiye arasında Esendere Sınır Kapısı (karayolu bağlantısı), Van-Hoy arasında Kapıköy Sınır Kapısı (karayolu ve demiryolu bağlantısı), Ağrı/Gürbulak-Maku/Bazargan arasında Gürbulak Sınır Kapısı (karayolu bağlantısı)'dır. Bu sınır kapıları içersinde yolcu ve yük kapasitesi anlamında Gürbulak Sınır Kapısı en yoğun olanıdır. Van-Hoy arasındaki Kapıköy Sınır Kapısı ise demiryolunun imkânları açısından önem taşımaktadır.

Van ve çevresinin yol ağının merkezini M.Ö. 840'da Tuşba ve çevresi oluşturur. Kuzeyden gelen yola gözcülük açısından Kalecik, doğu yönünden Kuzeybatı İran içine kadar uzanan yol üzerinde Kratlı ve Aşağı Anzaf kaleleri, güneydoğuda Gürpınar ovasına ulaşan yola gözcülük eden Elmalı (Zivistan) kalesi kurulmuştur. Ancak, Tuşba'dan başlayıp bugünkü İran-Irak sınırı yakınındaki Kelişin Geçidi'ne kadar uzanan 400 km uzunluğundaki tahkimatlı Ordu Yolu önemli bir yoldur. Van Ovası'nın doğusundan başlayıp Kuzeybatı İran bölgesinden Urmiye Gölü'nün güneybatısına değin uzanan yol, askeri ve ticari açıdan kullanılan bir diğer önemli yoldur. Van'ın 70 km doğusundaki Özalp ilçesinin güneyinde yer alan Yeşilalıç Kalesi bağlantı yolu yapılmıştır. Ayrıca Tuşba-Çavuştepe-Hoşap-Eşmepınar ve Tuşba-Muradiye-Çaldıran diğer önemli güzergâhlardır. Bunlardan ilki Van'ı Hakkâri-Yüksekova üzerinden Esendere Gümrük Kapısı'yla Urmiye'ye; ikinci ise Van'ı Ağrı-Gürbulak üzerinden İran'a bağlamaktadır.

Urartular zamanında ulaşımı sağlamak için, gerek askeri gerekse sivil amaçlarla (su tesisleri ve yayla yolları) bir takım yollar yapılmıştır. Yapılan bu yol şebekesinin merkezini, Urartu krallığının başkentliğini yapan Van Ovası oluşturuyordu. Doğudan İran-Saray-Özalp-Erçek yolu bu amaçlarla kullanılan yollar arasında bulunmaktadır (Belli, 1977: 46). Günümüzde bu güzergâh, Van'ı Kapıköy Sınır Kapısı üzerinden İran/Hoy'a bağlamaktadır. Bu sıralan güzergâhların hepsi yeryüzü şekilleri açısından zorunlu olarak kullanılmıştır. Çoğunlukla akarsu vadilerinden oluşmaktadır. Ayrıca önemli fiziksel engeller, örneğin dağlar, şiddetli iklim koşullarının egemen olduğu alanlar, o yerlere uygun ulaşım araçları ile aşılmaya çalışılmıştır. Bununla birlikte, fiziksel çevrenin ulaşım faaliyetleri üzerindeki etkileri, zamanımızdaki teknolojik gelişmeye karşın, hala önemini korumaktadır (Tümertekin ve Özgüç, 1997: 594).

Karalardaki ulaşımında özellikle yüzey şekillerinin rolü önemlidir. Sarp ve eğimli arazide güzergâhın düz bir hale getirilmesi için yer yer köprüler ve tüneller yapmak gerekir ya da bazı yerlerin doldurularak düzeltilmesine gidilir. Bütün bunlar yapım giderlerini arttıran işlerdir. Yüksek dağlara tırmanan demiryollarının yapım ve işletilmesi ise başlı başına masraflı ve ayrı bir iştir (Tümertekin ve Özgüç, 1997: 595). Kaldı ki ulaşım ağlarının çeşitlenmesi ve gelişmesi için ülkeler arası ticari hacmin de ulaşım ağlarına yapılan masrafları uzun sürede de olsa karşılayabilecek durumda olması gerekmektedir. Bu nedenle Türkiye-İran demiryolu hattı Tatvan-Van bağlantısı Van Gölü üzerindeki vapurlarla sağlanmaktadır. Van Gölü'nün güneyindeki engebeli arazi, demiryolu yapımını zorlaştırıp yüksek bir maliyet gerektirdiğinden Van Gölü'nün kuzeyinde ise yolun yaklaşık 100 km uzamasına neden olmaktadır. Bu iki alternatif de yüksek maliyete istediğinden henüz hayata geçirilememiştir.

Karayolları ve demiryolları güzergâhlarının belirlenmesinde ve yolların yapımında arazinin topografik durumunun etkisi güçlü bir şekilde hissedilir. Genel olarak sarp ve çok eğimli arazide yol uzunlukları, aşılacak yüksekliğe göre uzar. Çıkış ve inişte yolun uzaması, bu tür bir arazide yolun yükselti eğrilerine dikey bir doğrultu izleyemeyip, virajlarla eğimlerin hafifletilmeye çalışılması gerekmektedir. Bu durum, yol yapımının daha da pahalıya mal olmasına yol açar (Tümertekin ve Özgüç, 1997: 595). Bu açıdan özellikle Türkiye-İran sınırının yüksek dağlarla çevrili olması, karayollarının yapımının maliyetini son derece arttırmaktadır.

Türkiye-İran sınır uzunluğu yaklaşık 454 km'dir. Bu mesafe boyunca yeryüzü şekillerinin engebeli ve ortalama yükseltinin 2000-3000 m arası olduğu görülmektedir. Türkiye-İran sınırının bağlantı noktalarının az olması, ulaşım ağlarının seyrek, ticaretin mevsimsel olarak farklılaşmasına etki etmiştir (Ateşşagaoğlu, 2012: 3). Türkiye-Suriye arasında 877 km'lik mesafe bulunmaktadır. Burada 12 sınır kapısı mevcuttur. Türkiye-İran arasındaki 454 km'lik sınırdaki ise sadece 3 sınır kapısı bulunmaktadır. Bu durumun temel nedeni yer şekillerinin engel teşkil etmesidir.

Türkiye-İran demiryolu bağlantısının sağlandığı Van Gölü'ndeki ulaşım faaliyetleri bölgenin coğrafi koşullarının bir dayatması olarak ortaya çıkmıştır. Özellikle topoğrafyanın dağlık olması ve kışın yağın uzun süre yerde kalması, kıyıda yaşayanları göl ulaşımına sevk etmiştir. Bu göl üzerinde taşınan yük miktarı, büyük ölçüde İran'ın Türkiye ve Avrupa ülkelerinden ithal ettiği malların demiryoluyla taşınmasına bağlıdır (Deniz ve Yazıcı, 2003: 17-33).

Ulaşım sistemleri, genellikle yer aldıkları alandaki iklim koşullarına uyacak biçimde yapılır. Ulaşım faaliyetlerinin iklimden olumsuz etkilenmesi daha çok ekstrem hava koşulları yüzünden olur. Buzlanma tutması, yoğun atmosfer hareketleri, sağanak yağışlar, görüş mesafesi azlığı gibi hava koşulları ulaşım üzerinde, özellikle büyük kazalara yol açarak olumsuz etki yapar. İklim, topoğrafya koşullarının tersine, tüm ulaşım sektörlerini az çok etkiler (Tümertekin ve Özgüç, 1997: 597).

Türkiye-İran sınırının geçtiği hat, yüksek ve engebeli bir yapı özeliği göstermektedir. Bu yükselti ve engebellelik denizel etkiden uzak olan bu coğrafi alanların iklimlerine de etki etmiştir. Buralarda gerek yağış miktarı gerekse yağışın mevsimlere dağılışı ve yağış şeklinin ulaşım koşullarını zora sokacak bir sonuç doğurmasına neden olmuştur. Çünkü sınırın Türkiye tarafında kalan kısmına bakıldığında Türkiye'nin en yüksek kesiminin buralar olduğu görülecektir. Genel olarak Türkiye'nin Doğu Anadolu Bölgesi'nin doğusu, ortalama yükseltinin 2000 m'nin üstündedir. Ortalama yükseltinin bu denli yüksek olması sert karasal iklim koşullarını doğurmaktadır. Sert karasal iklim koşulları genellikle kışların çok sert ve kar yağışlı geçmesine sebep olmaktadır. Bu iklim tipinde yıllık ortalama donlu gün sayısı 140 gündür (Atalay ve Mortan, 1997: 309). Kışların bu kadar sert ve uzun yaşandığı bu bölgede sınır ticareti yapmak da zorlaşmaktadır. Gerek karla mücadele gerekse ürünlerin yer değişimi sırasında ulaşımdan dolayı meydana gelen aksaklıklar başlıca sınır ticareti sorunlarından sayılabilir. Bununla birlikte ulaşımın genel olarak karayolu ile yapılması ticarete konu olan ürünlerin ücretlerinin artmasını da etkilemektedir. Bu durum, sınır ticaretinin özellikle de kış aylarında daha da yavaşlamasına, ülkeler arası ticaret hacminin düşmesine neden olmaktadır.

Türkiye-İran sınırı, boru hattı ulaşımında da yer şekilleri açısından elverişsizdir. Eğer sevkiyat yüksek bölgeden alçak bölgeye doğruysa yükselti pozitif bir etki gösterir. Tam tersi durumda ise sevkiyat maliyeti artar (Tümertekin ve Özgüç, 1997: 596). Türkiye-İran ticaretlerinde petrol önemli bir rol oynar. İran sayılı petrol ülkelerinden biridir. Genel olarak İran'dan Türkiye'ye petrol boru hattı döşendiğini göz önünde bulunduracak olursak petrol akımının da yeryüzü şekillerinin engebeliliğine maruz kalacağını söyleyebiliriz.

5. SONUÇ

Türkiye-İran ekonomik ilişkilerinin gelişiminde iki ülke arasındaki yeryüzü şekillerinin etkileri oldukça önem taşımaktadır. Yeryüzü şekillerini incelediğimizde iki ülke arasındaki coğrafi bölgede engebenin ve yükseltinin fazla olduğu, kış mevsiminde bu duruma bağlı olarak iklimin sertleştiği ve ulaşımın güçleştiği görülmektedir. Bununla beraber iki ülke arasında gerçekleşen ticari ilişkileri incelediğimizde farklı faktörler ortaya çıkmaktadır. Bunlar küresel ölçekteki krizler, uluslararası piyasada petrol ve doğalgaz fiyatlarının değişimi, iki ülkenin siyasal olaylar karşındaki bölgesel ağırlıkları ve İran'a uygulanan ambargolar şeklindedir. Dolayısıyla bütün bunlar dengeli bir ticari ilişkinin kurulmasına engel oluşturmaktadır. Bu olumsuzluklara elverişsiz yeryüzü şekillerinin de eklenmesiyle iki ülke arasındaki ticari ilişkilerin sıklıkla bir dengeye sahip olmadığı görülmektedir. Sonuç olarak enerji kaynaklarının bu kadar önem arz ettiği günümüzde, iki ülke arasında ortak tarihi, kültürel ilişkilerden güç alınarak söz konusu zorlukların aşılması mümkündür. Bira yandan Türkiye'nin Avrupa sınırında sanayileşmiş enerji ihtiyacı olan ülkelere yakın olması, İran'ın ise bu enerji kaynaklarına sahip olması ve Hazar havzasının geçiş güzergâhında bulunması bu ilişkileri daha bir önemli kılmaktadır. Dolayısıyla çalışmamızda söz konusu olan elverişsiz yeryüzü şekilleri ve buna bağlı olarak iklimin sertleşmesine rağmen iki ülke arasında modern anlamda karayolu, demiryolu ulaşım sistemlerinin iyileştirilmesi mümkündür. Nitekim 2014 yılında iki ülke arasında Tercihli Ticaret Antlaşması'nın imzalanması bu durum için önemli bir adım sayılabilir.

KAYNAKÇA

- Aktaş, E. (2007). *Antik Çağda Doğu Karadeniz Bölgesi Kıyı Yerleşimleri ve Yerleşim Stratejileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Alagöz, M. (2014). *Gürbulak Sınır Kapısı Ve Bölgesel Etkileri Hakkında Bir Ekonomik Coğrafya Araştırması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Van: Yüzüncü Yıl Üniversitesi.
- Atalay, İ., & Mortan, K. (1997). *Türkiye Bölgesel Coğrafyası*. İstanbul: İnkılap Yayınları.
- Ateşgöç, Ü. (2012). *İran Ülke Raporu*. Ankara: T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı.
- Avcı, S. (2005). *Ulaşım Coğrafyası Açısından Türkiye'nin Ulaşım Politikaları ve Coğrafi Sonuçları*. Ulusal Coğrafya Kongresi. 29-30 Eylül. İstanbul.

- Baytar, İ. (2014). *Van'da Ulaşım Sistemleri Ve Ulaşım Sistemlerinin Tarihi Gelişimi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Van: Yüzüncü Yıl Üniversitesi.
- Belli, O. (1977). *Urartular Çağında Van Bölgesi Yol Şebekesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Davutoğlu, A. (2010). *Stratejik Derinlik/Türkiye'nin Uluslararası Konumu*. İstanbul: Küre Yayınları.
- Deniz, O., & Yazıcı, H. (2003). Van Gölünde Ulaşım Faaliyetleri ve Tarihi Gelişimi. *Türk Coğrafya Dergisi*, (40), 17-33.
- Doğanay, H., Özdemir Ü., & Şahin, İ. F. (2012). *Genel Beşeri ve Ekonomik Coğrafya*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Güner, İ. (2010). *Türkiye'nin Coğrafi Konumu, Sınırları ve Jeopolitiği. Türkiye Coğrafyası ve Jeopolitiği*. (Ed. Yazıcı, H., & Koca, M. K.). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Kökçe, R. (2005). *1994-2004 Yılları Arasında Güneydoğu Anadolu Bölgesi ile Suriye ve Irak Arasında Gerçekleşen Sınır Ticaretinin Bölge Ekonomisine Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Orhan, Z. O. (2000). *Sınır Ticaretinin Türkiye Ekonomisine Etkileri*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- TÜİK (2015). İstatistik Veri Tabanı. [Erişim: 20.05.2015], <http://www.tuik.gov.tr/>
- Tümertekin, E., & Özgüç, N. (1997). *Ekonomik Coğrafya Küreselleşme ve Kalkınma*. İstanbul: Çantay Kitabevi.

Yeni Medyanın Gündelik Yaşama Etkileri: “armut.com” ve “evebirilazim.com” Örnekleri ile Çevrimiçi Hizmet Satın Alma Pratiği

Ceren YEGEN ^{1,a}

¹ Arş. Gör., Muş Alparslan Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Muş/ Türkiye

Başvuru tarihi: 06 Mart 2016 Düzeltilme tarihi: 27 Mayıs 2016 Kabul tarihi: 03 Haziran 2016

Öz

Günümüzde yeni medya üzerine yapılan birçok çalışma onun güncel etkilerini ve meydana getirdiği değişiklikleri konu almaktadır. Birçok alan gibi gündelik yaşamı da etkileyen yeni medya uygulamaları kişilerarası iletişimden, bireysel pratiklere kadar çok sayıda duruma etki etmiştir. Öyle ki; *armut.com* ve *evebirilazim.com* gibi çevrimiçi hizmet siteleri ortaya çıkmış, bireyler hizmet ya da eleman temini noktasında etraflarına sorarak bir eleman bulmak ya da hizmet edinmek yerine, bu sitelere başvurmaya başlamıştır. Bu yüzden bu çalışmanın konusu çevrimiçi hizmet satın alma pratiğinin, çevrimiçi hizmet temini sağlayan *armut.com* ile *evebirilazim.com* internet siteleri örnekleri ile açıklanmasıdır. Çalışmanın amacı hem hizmet satın almak isteyen, hem de hizmet temin eden kimseleri ortak bir çatı altında buluşturan çevrimiçi hizmet satın alma sitelerinin belirlediği, yeni ve önemli değişimin ele alınmasıdır. İçerik çözümlemesi tekniğinin kullanıldığı çalışmada, *armut.com* ve *evebirilazim.com* siteleri incelenmiş ve çevrimiçi hizmet satın almanın söz konusu siteler üzerinden nasıl gerçekleştiği açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler

Yeni Medya, Çevrimiçi Hizmet, Gündelik Yaşam, *armut.com*, *evebirilazim.com*.

^a Sorumlu Yazar/Corresponding Author: Muş Alparslan Üniversitesi Kampüsü, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Diyarbakır Yolu 7. Km, 49250, Muş / Türkiye.
e-posta: c.yegen@alparslan.edu.tr

New Media's Effects on Daily Life: The Practise of Purchasing Online Services with Examples of "armut.com" and "evebirlazim.com"

Abstract

Nowadays many studies on new media are about its current affects and the changes it creates. New media applications which affect daily life, like many fields, have had an impact on both interpersonal communication and individual practises. Such that, online service websites like *armut.com* and *evebirlazim.com* have occured, hereby individuals began to consult to find an employee or service via these websites instead of asking people around and having service. Thus, this study's subject is to explain the purchase online services with the examples of *armut.com* and *evebirlazim.com* websites which provide the recruitment of online services. The study's aim is discussing the new and substantial fluctuation which is determined by online service purchasing websites and which gathers up both service sellers and service purchasers under a common roof. In the study, content analysis was used, *armut.com* and *evebirlazim.com* websites were examined and how the online services purchasing comes true via *armut.com* and *evebirlazim.com* websites has been explained.

Keywords

New Media, Online Services, Daily Life, *armut.com*, *evebirlazim.com*.

1. GİRİŞ

İletişim teknolojileri günden güne gelişmektedir. Yeni medya geleneksel medyanın birçok bağlamda önüne geçerken, bireysel birçok alışkanlık ve eyleme de farklı biçimler getirmiştir. Bu yüzden bu çalışmanın konusu, yeni medyanın gündelik yaşama etkilerinin internet üzerinden çevrimiçi hizmet satın alma temelinde ele alınmasıdır. Bu anlamda *armut.com* ve *evebirlazim.com* gibi iki çevrimiçi hizmet satın alma sitesinin biçimsel ve işlevsel olarak incelenmesi amaçlanmıştır. Bu şekilde yeni medyanın gündelik yaşam pratiklerini nasıl etkilediği söz konusu sitelerin varlık ve uygulamaları ile ortaya konduğundan, çalışmanın yeni medya tartışmalarına sağlayacağı katkının da büyük olduğu düşünülmektedir.

Yeni medyanın gündelik yaşam içerisinde dönüştürdüğü alanlara dikkat çeken çalışma, bu anlamda bir hayli önemlidir. Çalışma ayrıca, Türkiye'de çevrimiçi uygulama ve hizmetlerin nasıl yaygınlaştığının ve geliştiğinin anlaşılması açısından da önem arz etmektedir.

Çalışmada kullanılacak olan yöntem içerik analizidir. İncelenecek olan siteler armut.com ve evebirilazim.com çalışma kapsamında ayrıntılı olarak analiz edilecek ve elde edilen veriler sistematik biçimde yorumlanacaktır. Veri toplama tekniği olarak söz konusu sitelerde bireysel tarama yapılacak, veriler yazarlar tarafından arşivlenecektir.

Çalışmanın kuramsal çerçevesini yeni medya tartışmaları oluşturacak iken, kapsam ve sınırları, sağlıklı veriler elde edebilmek adına yalnızca armut.com ve evebirilazim.com gibi iki çevrimiçi hizmet satın alma sitesi oluşturacaktır. Söz konusu siteler yazarlar tarafından Türkiye’de çevrimiçi hizmet bağlamında en fazla öne çıktıkları düşünülen siteler olduklarından yargısal örneklem ile tercih edilmiş ve incelenmiştir.

2. YENİ MEDYA

Günümüzde geldiğimiz noktada, hemen her eylemin yeni medya üzerinden yapıldığı toplumsal arenada yeni medyanın ne olduğunu anlamak çok önemlidir. Yeni medyadan kasıtlı yeni iletişim araçları anlaşılmalıdır. Çünkü yeni medya kavramı, yeni nesil iletişim araçları ile birlikte sağlanan yeni iletişim ortamlarını nitelemektedir (Crosbie, 1998).

Yeni medya geleneksel medyadan teknolojik farklılıklarla ayrılmaktadır. Yeni medyanın kod çevrimi, değişkenlik, otomasyon (makineleşme, özdevinim), modülerlik ve sayılarla gösterme özelliklerine dikkat çeken Lev Manovich’e göre de yeni medya, geleneksel olan eski medyadan bazı noktalarda farklılık göstermektedir ve buradaki anahtar fark yeni medyanın programlanabilir olmasıdır. Sayısal temelde biçimlenmiş yeni medya çevrimiçi formülasyonu ile geleneksel medyaya göre daha hızlı, etkileşimli ve eş zamanlı faaliyet göstermektedir (Sorapure, 2004: 1-5).

Manovich (2001: 43), ne olduğu sıkça sorgulanan yeni medyanın; internet, bilgisayar, web siteleri, bilgisayar oyunları gibi olguları içeren bir iletişim ortamı olduğunu ifade etmektedir.

Birilerinin davet yollaması sureti ile katılınan ve özel üyelik gösteren ASmallWorld, herkese açık olan Facebook ve profesyonel odaklı LinkedIn gibi platformların yanında (Papacharissi, 2009: 199), Youtube, Pinterest, Badoo, Google+, Foursquare ve Tumblr gibi sosyal ağlar da önce çıkmakta ve bireyler tarafından farklı amaçlar için kullanılmaktadır.

Çevrimiçi bir bilgi ağı olan ve kitle kaynak şeklinde yapılanmış olan Wikipedia, kişisel düşünce, deneyim ve bilgilerin paylaşıldığı bloglar; bireylerin eş, dost ve aile bireyleri gibi kimselerle kolaylıkla iletişime geçebildiği sosyal ağlar (Facebook, Twitter vb.) yeni medya olgusu web 2.0’in bir sonucudur ve web 2.0 yalnızca kişiler arası ilişkiler ile bilgi ağını düzenlememekte, günümüzde politikacılar ve bloggerlardan, reklamcılara kadar birçok kimsenin faaliyet gösterdiği bir alanı ortaya koymaktadır (Carpenter ve Drezner, 2010: 257-258).

2.1. Yeni Medya, Gündelik Yaşam ve Toplumsal Etkiler

Yeni medya içinde şekillenen sosyal medya platformları günümüzde hayatın her noktasındadır. Kişilerarası ilişkilerden, kurumsal iletişime kadar artık birçok eylem sosyal medya aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. Sawyer'a göre de (2011), sosyal medya gündelik yaşam ile birlikte günümüzün küresel toplumunun gittikçe popülerleşen bir parçası olmuştur. Gündelik rutinlerin önemli bir bileşeni olan sosyal medya, herkesin internet aracılığı ile kendisini ifade edebildiği bir alan olmuştur ve tek yönlü enformasyon ve iletişim akışı mühendisi olan geleneksel medyadan etkileşim boyutuyla kalın bir çizgi ile ayrılmaktadır (Sawyer, 2011).

2004 yılında Harvard öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından başlatılan Facebook sosyal medyaya önemli bir soluk getirmiştir. Kullanım rahatlığı "user-friendliness" Facebook'un en önemli özelliklerinden biri olarak öne çıkarken, bireyleri bir araya getiren bir yeni medya ortamı olması Facebook'un birçok toplum tarafından benimsenmesine ve yoğun biçimde kullanılmasına da sebep olmuştur. Devamlı geliştirilen, yeni ikon ve uygulamalar eklenen Facebook, doğum günü, hatıralar, önemli günler hatırlatmaları ve kutlamaları ile "kişisel dijital bir arşiv" olmakla birlikte aynı zamanda anıların da arşivlendiği çevrimiçi bir platform niteliği taşımaktadır (Garde-Hansen, 2009: 141). Ahn'a göre de (2013), Facebook gibi sosyal medya platformları birçok insanın yaşamının ayrılmaz bir parçası olmuş durumdadır.

Yeni bir ilişkisel ve çevrimiçi kültür yaratan sosyal medya platformları, özellikle Facebook'un yoğun kullanımı ile çevrimiçi toplulukların yaratılmasını sağlamıştır. Bununla birlikte Facebook özel hayatın gizliliği bağlamında sıklıkla tartışmaların odak noktasında yer almaktadır. Aslında Facebook ve gizlilik olguları tartışılırken, liberal bir gizlilik kavramının ötesinde Facebook'un vatandaşların haklarının korunması ve güçlendirilmesi ile kurumsal gözetim noktasındaki faaliyetleri de doğru analiz edilmelidir (Fuchs, 2012: 140-141). Facebook gibi yoğun kullanılan bir sosyal paylaşım platformu da Twitter'dır ve özellikle sosyal medyanın gündeminin belirlenmesindeki rolü ile öne çıkmaktadır. 140 karakter ile düşünce ve paylaşımların ifade edildiği Twitter toplumsal sorunların tartışıldığı bir ortam olmakla birlikte, cereyan eden toplumsal olaylar sırasında bilgi akışının da hızlı ve etkileşimli biçimde sağlanması sebebiyle geleneksel medyaya bir anlamda savaş açan bir ortam olma özelliği de taşımaktadır. Örneğin 2013 yılında Türkiye'de gerçekleşen Gezi Parkı Eylemleri'nde Twitter hem geleneksel medyanın protesto edilmesi, hem de eyleme katılan kimselerin birbirleriyle haberleşmeleri ve yaşanan gelişmeleri sosyal ağlarda paylaşımları ekseninde yoğun biçimde kullanılmıştır. (Kuyucu, 2015: 164). Bununla birlikte Arap Baharı ile büyük ivme kazanan sosyal medyanın her ülke ya da toplumda önemli bir rol oynayıp oynamadığı üzerine de düşünülmelidir (Aday, 2012: 6). Çünkü birçok Batı ülkesinde yaygın biçimde kullanılan Facebook, Twitter ve Youtube Çin ve İran'da yasaktır. Pakistan'da ise Youtube yasak konmuştur (Liebelson, 2014). Türkiye'de de Twitter ve Youtube'a geçtiğimiz yıllarda erişim yasağının getirildiği olmuş, fakat yasaklar kaldırılmıştır.

Sosyal medya ortamlarında sorun ya da konuları tartışmak, müzakere etmek olanağı bulan bireyler, aslında tüm takipçileri ya da arkadaşları ile iletişim kurma olanağına sahip değildir (Hampton vd., 2014). Zaten günümüzde de Twitter'ı tenzih ederek söylemek gerekirse, bireylerin herhangi bir sorunu tartışmak ya da görüşmekten ziyade, sosyal

ağlarda takipçi sayısını artırmak ya da kendilerini göstermek gayelerine yöneldiği söylenebilir.

Wikipedia gibi işbirlikçi haber üretim girişimleri ya da açık artıma yoluyla internet üzerinden faaliyet gösteren eBay toplumun yeni medya bağlamındaki retorik üretimine olanak tanımaktadır (Turner, 2009: 77). Ayrıca bu çalışmada ele alınacak olan çevrimiçi hizmet satın alma pratiği de, yeni medyanın bir sonucu olarak gündelik yaşamda kendisini göstermektedir. Henüz çok yaygın olmasa da, bireyler bazı hizmetleri çevrimiçi hizmet satın alma sitelerinden alabilmektedir.

2.2. Yeni Medyanın Gündelik Yaşama Etkileri Bağlamında armut.com ve evebirilazim.com Örnekleri ile Çevrimiçi Hizmet Satın Almanın İncelenmesi

Yeni medya sayesinde bireyler gündelik yaşantılarında ihtiyaç duydukları birçok hizmeti çevrimiçi biçimde edinebilmektedir. Tematik internet siteleri aracılığı ile hizmet, ürün ya da eleman ile buluşabilen bireyler, kuşkusuz yeni medyanın sağladığı kolaylıklar sebebi ile bu pratiklere yönelmektedir.

Bu çalışmada da iletişim sürecindeki verilerin içeriğini incelemeyi amaçlayan ve tekrar edilebilirlik özelliğinin geçerlilik noktasında önemli olduğu düşünülen (Krippendorf, 2004) içerik analizi yöntemi ile *armut.com* ve *evebirilazim.com* internet sitelerinin çevrimiçi hizmeti nasıl sağladığı ve sunduğu incelenmiştir.

Örneklem olarak seçilen internet sitelerinde yapılan bireysel tarama ile elde edilen veriler, nitel ve nicel içerik analizi dâhilinde ele alınmıştır. Çalışmada, nitelikli bir inceleme yapabilmek için sitelerin sağladıkları hizmetler, hizmet sağladıkları yerler ve yapısallıkları anlamında birbirleri ile karşılaştırmaları da yapılmıştır.

2.2.1. *armut.com*

armut.com “Hizmet piş, ağzıma düş” sloganı ile yola çıkan çevrimiçi hizmet ve eleman satın almaya hizmet eden bir internet sitesidir. <http://armut.com> üzerinden çalışan *armut.com* kendisini; “*armut’un genç, neşeli, müşterilerine âşık ve hizmet sektörüne memnuniyet devrimi getirmeye ant içmiş ekibi. Nezih, güzel senin benim gibi arkadaşlar hepsi.*” biçiminde nitelemektedir (*armut.com*, 2015).

Girişimci *anne.com* adlı şahsi blogda temelleri atılan *armut.com*, Başak Taşpınar Değim’in işinden ayrılıp kendine ait bir iş kurma düşüncesi ile ortaya çıkmıştır. Değim blogda *armut.com*’dan bahsetmiş, gelen yorumları da göz ederek *armut*’un oluşum evresindeki bilgileri siteyi takip eden kimseler ile paylaşmıştır. Değim aynı zamanda blogunda yurtdışı yaşam, doğum tecrübeleri ve girişimcilik konularında da yazılar paylaşmıştır. 16 kişilik profesyonel kadrosu ile çevrimiçi hizmet ve eleman temin eden *armut.com*, kurumun aynı zamanda CEO’su (İcra Kurulu Başkan) Başak Taşpınar Değim ve ürün sorumlusu Erol Değim tarafından kurulmuştur (*armut.com*, 2015).

armut.com’da “<http://armut.com/hesap/hizmetiste>” uzantısı üzerinden talep ettiğiniz meslek ya da hizmeti, hizmeti nerede ve ne zaman, kaç saat talep ettiğiniz ile ne kadar bir bütçe öngördüğünüzü yazmak sureti ile bir form doldurarak hizmet satın alma yolunda

adımlar atılmaktadır. Cep telefonu ile e-posta adresinin de girildiği sistem üzerinden hizmet talebinde bulunulmaktadır. Eğer hizmet vermek istiyor iseniz; sisteme üye olup bir form doldurmanız gerekmektedir. 50.000 profesyonelin bulunduğu armut.com'da, ücretsiz teklif toplayıp karşılaştırılarak hangi hizmeti istediğinizi ya da kimi aradığınızı ana sayfada yer alan kısma yazarak (Örnek: boyacı arıyorum) ücretsiz teklif alabilmektesiniz (armut.com, 2015). Siteye e-posta adresinizle ya da Facebook hesabınızla ücretsiz üye olabilmekte ve ayda 30.000 müşterinin talep ilanı verdiği armut.com'da profil sayfası açabilmektesiniz (armut.com, 2015).

Türkiye'nin en kalabalık şehri olan İstanbul dışında 8 ilde daha hizmet veren ve ana sayfasında Facebook, Twitter, Pinterest ile Googleplus gibi önemli ve popüler platformlara uzantılar da veren armut.com sitesinde beyan ettiği üzere toplam 3 adımda şu şekilde çalışmaktadır: hizmet arıyorsanız eğer ilk adımda ihtiyacınız olan hizmeti yazıyor, birkaç soruya cevap veriyor ve e-posta adresinizi (gizli kalmaktadır) yazıyorsunuz. İkinci adımda ise armut.com iş ile ilgilenen profesyonellere ihtiyacınızı bildiriyor ve bu doğrultuda size birkaç saat içinde "1 ile 4 teklif" (teklife; fiyat tahmini, kişiye özel mesaj, iletişim bilgisi, fotoğrafı tanıtım profili ve daha önce tamamladığı işlerden kontrol edilmiş müşteri yorumları dâhildir.) geliyor. Üçüncü ve son adımda ise teklif veren profesyonellerin gerçek referans ve profil fotoğrafları ile ücretleri inceleyip bir karara varıyorsunuz. Bu bağlamda pazarlık şansı ile profesyonel ile mesaj ve telefon aracılığı ile ayrıntıları görüşme imkânı da buluyor ve hizmet verecek kimse ile anlaşıyor ya da anlaşma sağlayamıyorsunuz. Ayrıca eğer hizmet alırsanız, hizmetin sonrasında olumlu ya da olumsuz yorumlarda da bulunabiliyorsunuz (armut.com, 2015).

armut.com; İstanbul, Ankara, İzmir, Adana, Antalya, Bursa, Eskişehir, Kocaeli, Konya gibi 9 büyük şehirlerde; "Temizlik", "Tadilat", "Mobilya", "Nakliyat", "Tamir", "Fotoğraf", "Organizasyon", "Özel ders" ve "Kişisel" olmak üzere toplam 9 genel başlık altındaki alanlarda hizmet vermektedir. armut.com'un ana sayfasında avantajlar anlamında "Müşteri Yorumları", "Rekabet Teklifi", "Uygun Fiyatlar" ve "Ücretsiz Kullanın" kısımları da bulunmaktadır (armut.com, 2015).

Tablo 1. armut.com'un Hizmet Sağladığı İller ve Genel Hizmet Alanları

İl	Hizmet Sağlanan Alanlar
İstanbul	
Ankara	
İzmir	
Adana	
Antalya	Temizlik, Tadilat, Mobilya, Nakliyat, Tamir, Fotoğraf,
Bursa	Organizasyon, Özel Ders, Kişisel
Eskişehir	
Kocaeli	
Konya	

armut.com'un şehirler bazında hizmet sağladığı alanlar ve hizmet sağladığı ilçeler aşağıdaki tablolarda listelenmiştir. armut.com, illerde fazla sayıda ilçede hizmet sağladığından her bir il için ayrı bir tablo hazırlanmıştır. armut.com İstanbul'da toplam 39 ilçede hizmet sağlamaktadır. Söz konusu tablo aşağıdaki gibidir:

Tablo 2. armut.com'un İstanbul'da Hizmet Sağladığı İlçeler ve Hizmet Sağlanan Alanlar

Hizmet Sağlanan İlçeler	Hizmet Sağlanan Alanlar
Adalar	3D Teknik Çizim Modelleme Tasarım, Duvar Kâğıdı
Arnavutköy	Döşeme, Klima Servisi Montaj Bakım Arıza, Alarm
Ataşehir	Güvenlik Kamera, Duvar Ustası, Koltuk Döşeme,
Avcılar	Kaplama, Yenileme, Alçı Ustası, Elektrik Tesisat
Bağcılar	Tamir Montaj (Elektrikçi), Kombi Servisi (Arıza ve
Bahçelievler	Bakım), Alçıpan Asma Tavan, Eşya Depolama,
Bakırköy	Köpek Eğitimi, Anahtar Teslim İnşaat, Ev Tadilat,
Başakşehir	Logo Tasarımı, Anahtar Teslim Tadilat Dekorasyon,
Bayrampaşa	Ev Temizliği, Marangoz, Android Uygulama
Beşiktaş	Geliştirme, Ev Yaptırma Müteahhit, Mobilya
Beykoz	Boyama, Lake ve Cila, Asansörlü Nakliyat, Evden
Beylikdüzü	Eve Nakliyat, Mutfak Tadilat, Banyo Tadilat, Fayans
Beyoğlu	Seramik Döşeme, Ofis Temizliği, Bebek Doğum
Büyükçekmece	Fotoğrafçısı, Fotoğrafçı, Özel Dedektif, Bilgisayar ve
Çatalca	Laptop Tamiri, Freelance Grafiker Grafik Tasarım,
Çekmeköy	Özel Mobilya Yapımı, Bina ve Apartman Temizliği,
Esenler	Freelance Programcı/ Yazılımcı, Parça Eşya Taşıma,
Esenyurt	Boyacı (Boya Badana Ustası), Halı Yıkama
Eyüp	Temizleme, Parke Laminat Döşeme, Butik Pasta ve
Fatih	Kurabiye, Haşere İlaçlama, Psikolog, Çatı
Gaziosmanpaşa	Yalıtımı/İzolasyonu, Havuz Yapımı, PVC Pencere
Güngören	Kapı Plastik Doğrama, Çatı Yapımı ve Tadilatı, Hazır
Kadıköy	Mutfak, Şehir İçi Nakliyat, Demir Doğrama ve
Kâğıthane	Ferforje, İç Mimar ve Dekorasyon, Şehirler Arası
Kartal	Nakliyat, Dış Çekim Fotoğraf, İnşaat Sonrası
Küçükçekmece	Temizlik, Su Tesisatçısı/Sihhi Tesisat, Dış Cephe
Maltepe	Boyama, iPhone iPad Uygulama Geliştirme, Su
Pendik	Yalıtımı/İzolasyonu, Dış Cephe Kaplama/Giydirme,
Sancaktepe	Isı Yalıtımı/ İzolasyonu, Tadilat Dekorasyon, Dış
Sarıyer	Cephe Mantolama, Kalorifer ve Doğalgaz Tesisatı,
Şile, Silivri, Şişli	Teknede Düğün ve Nişan, Doğum Günü
Sultanbeyli	Organizasyonu, Kapı Pencere Montaj ve Tamiri,
Sultangazi	Teras Kapama, Düğün Fotoğrafçısı, Katlanır Cam
Tuzla	Balkon, Ürün ve Katalog, Fotoğraf Çekimi, Düğün
Ümraniye	Organizasyon, Kına Organizasyon, Web Tasarım ve
Üsküdar	Programlama
Zeytinburnu	

Toplam 9 farklı ilde hizmet veren armut.com, Ankara'da da toplam 14 ilçede hizmet sağlamaktadır. Söz konusu hizmetler ve ilçeler aşağıdaki tabloda listelenmiştir:

Tablo 3. armut.com'un Ankara'da Hizmet Sağladığı İlçeler ve Hizmet Sağlanan Alanlar

Hizmet Sağlanan İlçeler	Hizmet Sağlanan Alanlar
Akyurt	3D Teknik Çizim Modelleme Tasarım, Duvar Kağıdı
Altındağ	Döşeme, Klima Servisi Montaj Bakım Arıza, Alarm
Çankaya	Güvenlik Kamera, Duvar Ustası, Koltuk Döşeme,
Çubuk	Kaplama, Yenileme, Alçı Ustası, Elektrik Tesisat
Elmadag	Tamir Montaj (Elektrikçi), Kombi Servisi (Arıza ve
Etimesgut	Bakım), Alçıpan Asma Tavan, Eşya Depolama, Köpek
Gölbaşı	Eğitimi, Anahtar Teslim İnşaat, Ev Tadilat, Logo
Kazan	Tasarımı, Anahtar Teslim Tadilat Dekorasyon, Ev
Keçiören	Temizliği, Marangoz, Android Uygulama Geliştirme,
Mamak	Ev Yaptırma Müteahhit, Mobilya Boyama, Lake ve
Polatlı	Cila, Asansörlü Nakliyat, Evden Eve Nakliyat, Mutfak
Pursaklar	Tadilat, Banyo Tadilat, Fayans Seramik Döşeme, Ofis
Sincan	Temizliği, Bebek Doğum Fotoğrafçısı, Fotoğrafçı,
Yenimahalle	Özel Dedektif, Bilgisayar ve Laptop Tamiri, Freelance Grafiker Grafik Tasarım, Özel Mobilya Yapımı, Bina ve Apartman Temizliği, Freelance Programcı/Yazılımcı, Parça Eşya Taşıma, Boyacı (Boya Badana Ustası), Halı Yıkama Temizleme, Parke Laminat Döşeme, Butik Pasta ve Kurabiye, Haşere İlaçlama, Psikolog, Çatı Yalıtımı/ İzolasyonu, Havuz Yapımı, PVC Pencere Kapı Plastik Doğrama, Çatı Yapımı ve Tadilatı, Hazır Mutfak, Şehir İçi Nakliyat, Demir Doğrama ve Ferforje, İç Mimar ve Dekorasyon, Şehirler Arası Nakliyat, Dış Çekim Fotoğraf, İnşaat Sonrası Temizlik, Su Tesisatçısı/Sihhi Tesisat, Dış Cephe Boyama, iPhone iPad Uygulama Geliştirme, Su Yalıtımı İzolasyonu, Dış Cephe Kaplama/Giydirme, Isı Yalıtımı/İzolasyonu, Tadilat Dekorasyon, Dış Cephe Mantolama, Kalorifer ve Doğalgaz Tesisatı, Teras Kapama, Doğum Günü Organizasyonu, Kapı Pencere Montaj ve Tamiri, Ürün ve Katalog Fotoğraf Çekimi, Düğün Fotoğrafçısı, Katlanır Cam Balkon, Web Tasarım ve Programlama

Hizmet arayan kimselerin verdikleri ilanlardan örneklerin de yer aldığı armut.com, aşağıdaki tabloda da belirtildiği üzere İzmir'de de toplam 20 ilçede hizmet sağlamaktadır.

Tablo 4. armut.com'un İzmir'de Hizmet Sağladığı İlçeler ve Hizmet Sağlanan Alanlar

Hizmet Sağlanan İlçeler	Hizmet Sağlanan Alanlar
Aliağa	3D Teknik Çizim Modelleme Tasarım, Duvar Kâğıdı
Balçova	Döşeme, Klima Servisi Montaj Bakım Arıza, Alarm
Bayraklı	Güvenlik Kamera, Duvar Ustası, Koltuk Döşeme,
Bornova	Kaplama, Yenileme, Alçı Ustası, Elektrik Tesisat Tamir
Buca	Montaj (Elektrikçi), Kombi Servisi (Arıza ve Bakım),
Çeşme	Alçıpan Asma Tavan, Eşya Depolama, Köpek Eğitimi,
Çiğli	Anahtar Teslim İnşaat, Ev Tadilat Logo Tasarımı,
Cumaovası (Menderes)	Anahtar Teslim Tadilat Dekorasyon, Ev Temizliği,
Foça	Marangoz, Android Uygulama Geliştirme, Ev Yaptırma
Gaziemir	Müteahhit, Mobilya Boyama, Lake ve Cila, Asansörlü
Güzelbahçe	Nakliyat, Evden Eve Nakliyat, Mutfak Tadilat, Banyo
Karabağlar	Tadilat, Fayans Seramik Döşeme, Ofis Temizliği, Bebek
Karşıyaka	Doğum Fotoğrafçısı, Fotoğrafçı, Özel Dedektif,
Kemalpaşa	Bilgisayar ve Laptop Tamiri, Freelance Grafiker Grafik
Konak	Tasarım, Özel Mobilya Yapımı, Bina ve Apartman
Menemen	Temizliği, Freelance Programcı/Yazılımcı, Parça Eşya
Narlıdere	Taşıma, Boyacı (Boya Badana Ustası), Halı Yıkama
Seferihisar	Temizleme, Parke Laminat Döşeme, Butik Pasta ve
Torbali	Kurabiye, Haşere İlaçlama, Psikolog, Çatı Yalıtımı /
Urla	İzolasyonu, Havuz Yapımı, PVC Pencere Kapı Plastik
	Doğrama, Çatı Yapımı ve Tadilatı, Hazır Mutfak, Şehir
	İçi Nakliyat, Demir Doğrama ve Ferforje, İç Mimar ve
	Dekorasyon, Şehirler Arası Nakliyat, Dış Çekim
	Fotoğraf, İnşaat Sonrası Temizlik, Su Tesisatçısı/Sihhi
	Tesisat, Dış Cephe Boyama, iPhone iPad Uygulama
	Geliştirme, Su Yalıtımı /İzolasyonu, Dış Cephe
	Kaplama/Giydirme, Isı Yalıtımı/ İzolasyonu, Tadilat
	Dekorasyon, Dış Cephe Mantolama, Kalorifer ve
	Doğalgaz Tesisatı, Teknede Dügün ve Nişan, Doğum
	Günü Organizasyonu, Kapı Pencere Montaj ve Tamiri,
	Teras Kapama, Dügün Fotoğrafçısı, Katlanır Cam
	Balkon, Ürün ve Katalog Fotoğraf Çekimi, Dügün
	Organizasyon, Kına Organizasyon, Web Tasarım ve
	Programlama

armut.com'da kullanıcılardan gelen yorumlara da “En İyi Müşteri Yorumları” başlığı ile yer verilmektedir. Yorumlardan bazı örnekler aşağıdaki gibidir:

Yazan: Oğuz Yılmaz

Boyacı (Boya Badana Ustası) 29/05/2015

“Cevdet Usta işe zamanında başladı. Öngördüğü tarihte de bitirdi. Peşinde koşturan, geleceğim deyip gelmeyen ustalardan değil, aldığı parayı da hak ediyor. İşine özeniyor. Benzer bir işim olduğunda da kendisini tekrar çağırabilirim.”

Yazan: Ahmet Niyazi

Psikolog 29/05/2015

"Emekli öğretmenim, çok gergin olarak gittik. Kendisinin samimi ve içten tavrı bizi çok etkiledi. Kubilay beyden çok memnun kaldık. Herkese tavsiye ediyorum. Yıldız olarak da 10 üzerinden 10 veriyoruz."

Adana'da toplam 4 ilçede hizmet sağlayan armut.com'un söz konusu ilde sağladığı hizmetler ve hizmet sağlanan ilçeler aşağıda listelenmiştir:

Tablo 5. armut.com'un Adana'da Hizmet Sağladığı İlçeler ve Hizmet Sağlanan Alanlar

Hizmet Sağlanan İlçeler	Hizmet Sağlanan Alanlar
Çukurova Sarıçam Seyhan Yüreğir	3D Teknik Çizim Modelleme Tasarım, Dış Cephe Kaplama/ Giydirme, iPhone iPad Uygulama Geliştirme, Alarm Güvenlik Kamera, Dış Cephe Mantolama, Kalorifer ve Doğalgaz Tesisatı, Alçı Ustası, Düğün Fotoğrafçısı, Kapı Pencere Montaj ve Tamiri, Alçıpan Asma Tavan, Duvar Kağıdı Döşeme, Katlanır Cam Balkon, Anahtar Teslim İnşaat, Duvar Ustası, Klima Servisi Montaj Bakım Arıza, Anahtar Teslim Tadilat Dekorasyon, Elektrik Tesisat Tamir Montaj (Elektrikçi), Logo Tasarımı, Android Uygulama Geliştirme, Ev Tadilat, Mutfak Tadilat, Asansörlü Nakliyat, Ev Temizliği, Ofis Temizliği, Banyo Tadilat, Ev Yaptırma Müteahhit, Parke Laminat Döşeme, Bilgisayar ve Laptop Tamiri, Evden Eve Nakliyat, PVC Pencere Kapı Plastik Doğrama, Bina ve Apartman Temizliği, Fayans Seramik Döşeme, Şehir İçi Nakliyat, Boyacı (Boya Badana Ustası), Fotoğrafçı, Şehirler Arası Nakliyat, Butik Pasta ve Kurabiye, Freelance Grafiker Grafik Tasarım, Su Tesisatçısı / Sıhhi Tesisat, Çatı Yalıtımı/İzolasyonu, Freelance Programcı / Yazılımcı, Su Yalıtımı/İzolasyonu, Çatı Yapımı ve Tadilatı, Halı Yıkama Temizleme, Tadilat Dekorasyon, Demir Doğrama ve Ferforje, Hazır Mutfak, Ürün ve Katalog Fotoğraf Çekimi, Dış Çekim Fotoğraf, İç Mimar ve Dekorasyon, Web Tasarım ve Programlama

armut.com Antalya'da da toplam 9 ilçede aşağıdaki tabloda ifade edilen hizmetleri sağlamaktadır:

Tablo 6. armut.com'un Antalya'da Hizmet Sağladığı İlçeler ve Hizmet Sağlanan Alanlar

Hizmet Sağlanan İlçeler	Hizmet Sağlanan Alanlar
Aksu	3D Teknik Çizim Modelleme Tasarım, Duvar
Alanya	Kağıdı Döşeme, Kına Organizasyon, Alarm
Döşemealtı	Güvenlik Kamera, Duvar Ustası, Klima Servisi
Kemer	Montaj Bakım Arıza, Alçı Ustası, Elektrik Tesisat
Kepez	Tamir Montaj (Elektrikçi), Koltuk Döşeme,
Konyaaltı	Kaplama, Yenileme, Alçıpan Asma Tavan, Eşya
Manavgat	Depolama, Kombi Servisi (Arıza ve Bakım),
Muratpaşa	Anahtar Teslim İnşaat, Ev Tadilat, Logo Tasarımı,
Serik	Anahtar Teslim Tadilat Dekorasyon, Ev Temizliği,
	Marangoz, Android Uygulama Geliştirme, Ev
	Yaptırma Müteahhit, Mobilya Boyama, Lake ve
	Cila, Asansörlü Nakliyat, Evden Eve Nakliyat,
	Mutfak Tadilat, Banyo Tadilat, Fayans Seramik
	Döşeme, Ofis Temizliği, Bebek Doğum
	Fotoğrafçısı, Fotoğrafçı, Özel Dedektif, Bilgisayar
	ve Laptop Tamiri, Freelance Grafiker Grafik
	Tasarım, Özel Mobilya Yapımı, Bina ve Apartman
	Temizliği, Freelance Programcı / Yazılımcı, Parça
	Eşya Taşıma, Boyacı (Boya Badana Ustası), Halı
	Yıkama Temizleme, Parke Laminat Döşeme, Butik
	Pasta ve Kurabiye, Haşere İlaçlama, PVC Pencere
	Kapı Plastik Doğrama, Çatı Yalıtımı /İzolasyonu,
	Havuz Yapımı, Şehir İçi Nakliyat, Çatı Yapımı ve
	Tadilatı, Hazır Mutfak, Şehirler Arası Nakliyat,
	Demir Doğrama ve Ferforje, İç Mimar ve
	Dekorasyon, Su Tesisatçısı / Sıhhi Tesisat, Dış
	Çekim Fotoğraf, İnşaat Sonrası Temizlik, Su
	Yalıtımı/İzolasyonu, Dış Cephe Boyama, iPhone
	iPad Uygulama Geliştirme, Tadilat Dekorasyon, Dış
	Cephe Kaplama/Giydirme, Isı Yalıtımı/ İzolasyonu,
	Teknede Düğün ve Nişan, Dış Cephe Mantolama,
	Kalorifer ve Doğalgaz Tesisatı, Teras Kapama,
	Doğum Günü Organizasyonu, Kapı Pencere Montaj
	ve Tamiri, Ürün ve Katalog Fotoğraf Çekimi, Düğün
	Fotoğrafçısı, Katlanır Cam Balkon, Web Tasarım ve
	Programlama

Bursa'da ise tıpkı Antalya'daki gibi toplam 9 ilçede sağlanan hizmetler ise aşağıdaki tablodaki gibidir:

Tablo 7. armut.com'un Bursa'da Hizmet Sağladığı İlçeler ve Hizmet Sağlanan Alanlar

Hizmet Sağlanan İlçeler	Hizmet Sağlanan Alanlar
Gemlik	3D Teknik Çizim Modelleme Tasarım, Duvar Kâğıdı
Gürsu	Döşeme, Kına Organizasyon, Alarm Güvenlik
İnegöl	Kamera, Duvar Ustası, Klima Servisi Montaj Bakım
Ketsel	Arıza, Alçı Ustası, Elektrik Tesisat Tamir Montaj
Mudanya	(Elektrikçi), Koltuk Döşeme, Kaplama, Yenileme,
Nilüfer	Alçıpan Asma Tavan, Eşya Depolama, Kombi Servisi
Orhangazi	(Arıza ve Bakım) Anahtar Teslim İnşaat, Ev Tadilat,
Osmangazi	Köpek Eğitimi, Anahtar Teslim Tadilat Dekorasyon,
Yıldırım	Ev Temizliği, Logo Tasarımı, Android Uygulama
	Geliştirme, Ev Yaptırma Müteahhit, Marangoz,
	Asansörlü Nakliyat, Evden Eve Nakliyat, Mobilya
	Boyama, Lake ve Cila, Banyo Tadilat, Fayans
	Seramik Döşeme, Mutfak Tadilat, Bebek Doğum
	Fotoğrafçısı, Fotoğrafçı, Ofis Temizliği, Bilgisayar ve
	Laptop Tamiri, Freelance Grafiker Grafik Tasarım,
	Özel Dedektif, Bina ve Apartman Temizliği,
	Freelance Programcı/Yazılımcı, Özel Mobilya
	Yapımı, Boyacı (Boya Badana Ustası), Halı Yıkama
	Temizleme, Parça Eşya Taşıma, Butik Pasta ve
	Kurabiye, Haşere İlaçlama, Parke Laminat Döşeme,
	Çatı Yalıtımı/İzolasyonu, Havuz Yapımı, Psikolog,
	Çatı Yapımı ve Tadilatı, Hazır Mutfak, PVC Pencere
	Kapı Plastik Doğrama, Demir Doğrama ve Ferforje, İç
	Mimar ve Dekorasyon, Şehir İçi Nakliyat, Dış Çekim
	Fotoğraf, İnşaat Sonrası Temizlik, Şehirler Arası
	Nakliyat, Dış Cephe Boyama, iPhone iPad Uygulama
	Geliştirme, Su Tesisatçısı/Sıhhi Tesisat, Dış Cephe
	Kaplama/Giydirme, Isı Yalıtımı/İzolasyonu, Su
	Yalıtımı/İzolasyonu, Dış Cephe Mantolama, Kalorifer
	ve Doğalgaz Tesisatı, Tadilat Dekorasyon, Doğum
	Günü Organizasyonu, Kapı Pencere Montaj ve Tamiri,
	Ürün ve Katalog Fotoğraf Çekimi, Düğün
	Fotoğrafçısı, Katlanır Cam Balkon, Web Tasarım ve
	Programlama, Düğün Organizasyon

armut.com Eskişehir'de ise yalnızca 2 ilçede hizmet vermektedir. Bu ilçeler olan Odunpazarı ve Tepebaşı'nda sağlanan hizmetler şöyledir:

Tablo 8. armut.com'un Eskişehir'de Hizmet Sağladığı İlçeler ve Hizmet Sağlanan Alanlar

Hizmet Sağlanan İlçeler	Hizmet Sağlanan Alanlar
Odunpazarı Tepebaşı	3D Teknik Çizim Modelleme Tasarım, Dış Cephe Boyama, İç Mimar ve Dekorasyon, Alarm Güvenlik Kamera, Dış Cephe Kaplama/Giydirme, İnşaat Sonrası Temizlik, Alçı Ustası, Dış Cephe Mantolama, Isı Yalıtımı/İzolasyonu, Alçıpan Asma Tavan, Doğum Günü Organizasyonu, Kalorifer ve Doğalgaz Tesisatı, Anahtar Teslim İnşaat, Düğün Fotoğrafçısı, Koltuk Döşeme, Kaplama, Yenileme, Anahtar Teslim Tadilat Dekorasyon, Düğün Organizasyon, Logo Tasarımı, Android Uygulama Geliştirme, Elektrik Tesisat Tamir Montaj (Elektrikçi), Ofis Temizliği, Asansörlü Nakliyat, Ev Tadilat, Özel Mobilya Yapımı, Banyo Tadilat, Ev Temizliği, Psikolog, Bebek Doğum Fotoğrafçısı, Ev Yaptırma Müteahhit, Şehir İçi Nakliyat, Bilgisayar ve Laptop Tamiri, Evden Eve Nakliyat, Şehirler Arası Nakliyat, Bina ve Apartman Temizliği, Fayans Seramik Döşeme, Su Tesisatçısı/Sıhhi Tesisat, Boyacı (Boya Badana Ustası), Fotoğrafçı, Su Yalıtımı/İzolasyonu, Butik Pasta ve Kurabiye, Freelance Grafiker Grafik Tasarım, Tadilat Dekorasyon, Çatı Yalıtımı/İzolasyonu, Freelance Programcı/Yazılımcı, Ürün ve Katalog Fotoğraf Çekimi, Dış Çekim Fotoğraf, Halı Yıkama Temizleme, Web Tasarım ve Programlama

armut.com tarafından Kocaeli'nde de hizmet sağlanmaktadır. Toplam 10 ilçede sağlanan hizmetler ve hizmet sunulan ilçeler de şu şekildedir:

Tablo 9. armut.com'un Kocaeli'nde Hizmet Sağladığı İlçeler ve Hizmet Sağlanan Alanlar

Hizmet Sağlanan İlçeler	Hizmet Sağlanan Alanlar
Başiskele Çayırova Darıca Derince Gebze Gölcük İzmit Karamürsel Kartepe Tütünçiftlik	3D Teknik Çizim Modelleme Tasarım, Düğün Organizasyon, Kına Organizasyon, Alarm Güvenlik Kamera, Duvar Kâğıdı Döşeme, Klima Servisi Montaj Bakım Arıza, Alçı Ustası, Duvar Ustası, Koltuk Döşeme, Kaplama, Yenileme, Alçıpan Asma Tavan, Elektrik Tesisat Tamir Montaj (Elektrikçi), Kombi Servisi (Arıza ve Bakım), Anahtar Teslim İnşaat, Eşya Depolama, Logo Tasarımı, Anahtar Teslim Tadilat Dekorasyon, Ev Tadilat, Marangoz, Android Uygulama Geliştirme, Ev Temizliği, Mutfak Tadilat, Banyo Tadilat, Ev Yaptırma

Müteahhit, Ofis Temizliği, Bebek Doğum Fotoğrafçısı, Evden Eve Nakliyat, Özel Dedektif, Bilgisayar ve Laptop Tamiri, Fayans Seramik Döşeme, Özel Mobilya Yapımı, Bina ve Apartman Temizliği, Fotoğrafçı, Parça, Eşya Taşıma, Boyacı (Boya Badana Ustası), Freelance Grafiker Grafik Tasarım, Parke Laminat Döşeme, Butik Pasta ve Kurabiye, Freelance Programcı/Yazılımcı, Psikolog, Çatı Yalıtımı/İzolasyonu, Halı Yıkama Temizleme, PVC Pencere Kapı Plastik Doğrama, Çatı Yapımı ve Tadilatı, Hazır Mutfak, Şehir İçi Nakliyat, Demir Doğrama ve Ferforje, İç Mimar ve Dekorasyon, Şehirler Arası Nakliyat, Dış Çekim Fotoğraf, İnşaat Sonrası Temizlik, Su Tesisatçısı/Sıhhi Tesisat, Dış Cephe Boyama, Isı Yalıtımı/İzolasyonu, Su Yalıtımı/İzolasyonu, Dış Cephe Kaplama/Giydirme, Kalorifer ve Doğalgaz Tesisatı, Tadilat Dekorasyon, Dış Cephe, Mantolama, Kapı Pencere Montaj ve Tamiri, Ürün ve Katalog Fotoğraf Çekimi, Düğün Fotoğrafçısı, Katlanır Cam Balkon, Web Tasarım ve Programlama

Konya'da armut.com tarafından toplam 3 ilçede sağlanan hizmetler ve hizmet sağlanan söz konusu ilçeler aşağıdaki tabloda verilmiştir:

Tablo 10. armut.com'un Konya'da Hizmet Sağladığı İlçeler ve Hizmet Sağlanan Alanlar

Hizmet Sağlanan İlçeler	Hizmet Sağlanan Alanlar
Karatay	3D Teknik Çizim Modelleme Tasarım, Duvar
Meram	Kâğıdı Döşeme, Klima Servisi Montaj Bakım Arıza,
Selçuklu	Alarm Güvenlik Kamera, Duvar Ustası, Kombi Servisi (Arıza ve Bakım), Alçı Ustası, Elektrik Tesisat Tamir Montaj (Elektrikçi), Logo Tasarımı, Alçıpan Asma Tavan, Eşya Depolama, Marangoz, Anahtar Teslim İnşaat, Ev Tadilat, Mutfak Tadilat, Anahtar Teslim Tadilat Dekorasyon, Ev Temizliği, Ofis Temizliği, Asansörlü Nakliyat, Ev Yaptırma Müteahhit, Özel Mobilya Yapımı, Bebek Doğum Fotoğrafçısı, Evden Eve Nakliyat, Parça Eşya Taşıma, Bilgisayar ve Laptop Tamiri, Fayans Seramik Döşeme, Parke Laminat Döşeme, Bina ve Apartman Temizliği, Fotoğrafçı, Psikolog, Boyacı (Boya Badana Ustası), Freelance Grafiker Grafik Tasarım, PVC Pencere Kapı Plastik Doğrama, Çatı Yalıtımı/İzolasyonu, Freelance Programcı/Yazılımcı, Şehir İçi Nakliyat, Çatı

Yapımı ve Tadilatı, Halı Yıkama Temizleme, Şehirler Arası Nakliyat, Demir Doğrama ve Ferforje, Haşere İlaçlama, Su Tesisatçısı/Sihhi Tesisat, Dış Çekim Fotoğraf, İç Mimar ve Dekorasyon, Su Yalıtımı/İzolasyonu, Dış Cephe Boyama, İnşaat Sonrası Temizlik, Tadilat Dekorasyon, Dış Cephe Kaplama/Giydirme, Isı Yalıtımı/İzolasyonu, Ürün ve Katalog Fotoğraf Çekimi, Dış Cephe Mantolama, Kalorifer ve Doğalgaz Tesisatı, Web Tasarım ve Programlama, Düğün Fotoğrafçısı

armut.com'da ayrıca hizmet sunulan ilçelerde sunulan hizmetler de detaylı olarak verilmiştir. Fakat niceliksel fazlalıkları nedeniyle çalışma kapsamında ilçeler bazında sağlanan hizmetler incelenmemiştir. Zaten söz konusu hizmetler ilçelerde sağlanan hizmetlerden birçoğunu nitelediğinden, çalışmayı bu şekilde sınırlamak uygun görülmüştür.

2.2.2. *evebirilazim.com*

Çalışmada incelenen bir diğer çevrimiçi hizmet sağlama sitesi olan evebirilazim.com da, armut.com gibi bireylere çevrimiçi hizmet temini yapmaktadır. armut.com'dan farklı olarak yalnızca temizlik alanında çalışan evebirilazim.com, tematik bir çevrimiçi hizmet satın alma sitesi olarak konumlandırılmaktadır. “<https://www.evebirilazim.com/>” adresi üzerinden çalışan site, Boğaziçi Üniversitesi mezunu Veysel Berk tarafından kurulmuştur. İş Geliştirmeden Sorumlu Başkan Yardımcılığı'nı Tolga Tunç Değer'in, Operasyon Müdürlüğü'nü ise Ülgen Arslan'ın yaptığı evebirilazim.com'ın 4 kişilik çekirdek kadrosundaki son isim ise Murat Düzgün (evebirilazim.com, 2015).

Siteye girildiğine ilkin “Kayıt Ol” ve “Giriş Yap” yönlendirmelerinin bulunduğu ana sayfada; “*Size en yakın referanslı temizlikçileri bulun!*” sloganı ile “63 TL'den başlayan fiyatlar”, “Hemen rezervasyon yapın”, “Evinize gelsin”, “Kredi kartı ile ödeyin” ve “%100 Memnuniyet Garantisi” kısımları ile “Temizlikçi Bul” ve “Temizlikçi Ol” ile “Hakkımızda”, “Yorumlar”, “Basında Biz”, “Sorular” ve “Kariyer” kısımları yer almaktadır. Facebook beğeni uzantısının da bulunduğu ana sayfada; Basında biz başlığını niteleyen ve evebirilazim.com ile kurucusu Veysel Berk'i konu alan yazılı ve görsel medya haberlerine de yer verilmektedir. “*Eve Biri Lazım! - Mutlu ve Temiz Evler*” ifadesini kullanan evebirilazim.com ana sayfada Facebook ve Twitter uzantıları verirken, iletişim bilgilerini; bilgi@evebirilazim.com şeklindeki e-posta adresi ve 09:00 ile 18:00 saatleri arasında hizmet veren 0544 325 34 41, 0544 325 34 42 ve 0544 325 34 43 Gsm numaraları ile belirtmektedir (evebirilazim.com, 2015). Siteden temizlik elemanı ve temizlik hizmeti talep eden kimseler evebirilazim.com ile ilgili yorumlarda bulunmakta ve bu yorumlar sitede yer almaktadır. Sitede temizlik yaptıran kimselerden gelen yorumlardan bazıları şöyledir (evebirilazim.com, 2015):

Yazan: Zehra K. İstanbul / Beşiktaş

"Profesyonel ve müşteri memnuniyetini göz önünde bulunduran yaklaşımınız için tebrikler. Türkiye de açık olan bir boşluğu doldurduğu inancındayım, sağladığı bu servis ile..."

Yazan: Dilek O. İstanbul/Beşiktaş

"Eve biri lazım dedim geldiler. Kapıyı açtım güler yüzlü, nazik Ümran hanım karşımdaydı. Müşteri memnuniyetini ön planda tuttuklarını ve işlerine olan saygılarını ispatladılar..."

evebirilazim.com'da temizlik hizmeti sağlama 3 adımda yapılmaktadır. İlk adımda; rezervasyon yapılmakta, ikinci adımda ev temizlenmekte, üçüncü adımda ise temiz evin keyfini sürme vaadinde bulunmaktadır. Sitede yer alan Temizlikçi ol kısmında; "Hemen başla, ayda 2400 TL kazan" ve "Ne zaman çalışacağını sen belirle!" sloganları altında yer alan bir form doldurulmaktadır. Formda ad soy ad, e-posta adresi, telefon numarası, ilçe, daha önce ev temizliğine çalışılıp çalışılmadığı ile belirtilmek istenen not gibi bilgiler istenmektedir. Türkiye İş Kurumu ve Haber Türk destekli olduğu ifade edilen sitede söz konusu form doldurulduktan sonra başvurup tamamlanmakta ve temizlik hizmeti vermek isteyen kimse evebirilazim.com tarafından aranmaktadır. Bu kısımda hangi şartlarda çalışılacağı kapsamında çalışma gün ve saatlerini belirleme opsiyonel olarak temizlik hizmeti vermek isteyen kimseye bırakılmaktadır. Sitede verilecek hizmetten kazanılacak ücretin ise her saat için alınacağı ve aylık 4000 TL'ye kadar gelir sağlanabileceği de vurgulanmaktadır. Bununla birlikte alınacak bahşişlerin ise temizlik hizmeti sağlanan kişinin kendisine kalacağı ifade edilmektedir. evebirilazim.com'un kurucusu Veysel Berk ayrıca sitede hemen geri döneceği beyanı ile "Hakkımızda" kısmında veysel@evebirilazim.com şeklindeki e-posta adresini de vermektedir (evebirilazim.com, 2015).

Henüz yalnızca İstanbul'da hizmet sağlayan ve yakında tüm illerde hizmet vereceğini ifade eden ve ad soyad, e-posta adresi, telefon ve şifre ile kayıt olunan evebirilazim.com'un sorular kısmında hizmet süresinin evin büyüklüğü ile talep edilen hizmetin biçimine göre değiştiği de ifade edilmektedir. Bu kısımda daha önce hizmet alınmış olan bir temizlik hizmeti verenin tekrar çağırılabilceği, ödemelerin "Kredi Kartı" ya da "Paypal" aracılığı ile yapılabildiği, temizlik hizmetinin çevrimiçi olarak satın alınıp sevilen bir kimseye hediye edilebileceği, aynı gün için müsait temizlikçi çağırılabilceği, temizlik hizmeti verecek kişiyi hafta sonu da çağırabileceğiniz ve uygun görülen zaman diliminde çağırabileceğiniz gibi detaylar verilmektedir. Temizlik hizmeti verecek olan kişi temizlik hizmeti isteyen kimsenin evinde mevcut olan temizlik malzemelerini kullanmaktadır. Fakat site yakın zamanda evebirilazim.com'dan temizlik malzemesi de talep edilebileceğini ifade etmektedir (evebirilazim.com, 2015).

evebirilazim.com'da temizlik hizmeti almak adına rezervasyon yapılmaktadır. 4 adımda gerçekleşen rezervasyonda ilkin evin büyüklüğü ve temizlik ihtiyacına ilişkin ayrıntılar seçilmektedir. Toplam 4 ayrı temizlik paketi bulunan evebirilazim.com'da en ucuz paket 75 TL, en pahalı paket ise 135 TL'dir. Paketler, evin büyüklüğüne göre farklılık göstermektedir (Tablo 11).

Tablo 11. evebirilazim.com'un Paket Bazında Sağladığı Hizmetler

Ev Büyüklüğü	Paket Fiyatı (TL)	Pakete Dâhil Olan Hizmetler
1+1	75	Yerleri süpürme, yerleri silme, toz alma, kapılar, mutfak ve banyo temizliği, tezgâh üzerleri ve dolap kapakları, aynalar, lavabolar, klozet, küvet.
2+1	90	Yerleri süpürme, yerleri silme, toz alma, kapılar, mutfak ve banyo temizliği, tezgâh üzerleri ve dolap kapakları, aynalar, lavabolar, klozet, küvet.
3+1	105	Yerleri süpürme, yerleri silme, toz alma, kapılar, mutfak ve banyo temizliği, tezgâh üzerleri ve dolap kapakları, aynalar, lavabolar, klozet, küvet.
4+1	135	Yerleri süpürme, yerleri silme, toz alma, kapılar, mutfak ve banyo temizliği, tezgâh üzerleri ve dolap kapakları, aynalar, lavabolar, klozet, küvet.

Evde kedi, köpek ya da diğer şekilde evcil hayvan bulunup bulunmadığını da soran sistem üzerinden site, görseller yardımı ile ütuden koltuk temizliğine kadar ekstra hizmetler de sunmaktadır (Tablo 12). Bu kısımda temizlik hizmeti verecek olan kimseye iletilmek istenen notlar da belirtilebilmektedir.

Tablo 12. evebirilazim.com'un Sağladığı Ekstra Hizmetler

Ekstra Hizmetler
Ütü
İç Cam
Buzdolabı
Fırın Temizliği
Mutfak Dolap İçi
Balkon
İç-Dış Cam
Koltuk
Halı
Duvar

Rezervasyon kısmındaki ikinci adımda ise, ad-soy ad ve telefon numarası gibi kişisel bilgiler ile İstanbul ilinde temizlik hizmeti talep edilecek olan ilçe seçimi istenmektedir. Rezervasyonun üçüncü adımında da; kullanıcıyı temizlik hizmeti talep edilecek olan tarih ile saatlerin seçilebileceği bir ekran karşılamaktadır. Bu ekranda uygun günler beyaz, dolu günler pembe ve seçilen gün ise yeşil bir kutucuk ile gösterilmektedir (Şekil 1).

Şekil 1. evebirilazim.com'un Tarih Bazındaki Temizlik Hizmeti Rezervasyon Ekranı

Tarih seçin Uygun Günler Dolu Günler Seçtiğiniz gün

Haziran 2015

Pt	Sa	Ça	Pe	Cu	Ct	Pz
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

Ay ve saatlerin opsiyonel olarak seçilebileceği ekranda, temizlik hizmeti talep eden kimse seçimini yaptıktan sonra rezervasyonunun son adımına geçilmektedir (Şekil 2). Seçilen saat yeşil, seçilmeyen saatler açık mavi, dolu saatler ise beyaz biçimde belirlemektedir.

Şekil 2. evebirilazim.com'un Saat Bazındaki Temizlik Hizmeti Rezervasyon Ekranı

Temizliğin başlamasını istediğiniz saat:

09:00	10:00	11:00	12:00	13:00
14:00	15:00	16:00	17:00	18:00

REZERVASYON YAP

E-posta adresi ve ad soyad ile şifre girilerek adres bilgilerinin de yazılmasını talep eden bu son kısımda rezervasyon detayları ışığında *kredi kartı* ya da *Paypal* aracılığı ile ödeme yapılıp onaylandıktan sonra rezervasyon tamamlanmaktadır. Ayrıca ödeme kısmında varsa ise kupon da kullanılabilir (evebirilazim.com, 2015).

2.3. Çevrimiçi Hizmet Sağlamada armut.com ve evebirilazim.com'un Hizmet Temini Temelinde Yapısallıklarının Karşılaştırılması

armut.com ile evebirilazim.com internet üzerinden çevrimiçi hizmet sağlama bağlamında yeni, fakat adlarından sıkça söz ettiren internet siteleridir. armut.com ile evebirilazim.com etkin gücünü yeni medya ile gelişmiş iletişim teknolojilerinden almaktadır. Aynı amaca hizmet eden yani bireylere çevrimiçi hizmetler satın alma olanağı sunan iki site birbirleri ile bazı benzerlikler gösterirken, farklılıklara da sahip bulunmaktadır. Örneğin

evebirilazim.com tematik olarak yalnızca temizlik hizmeti sağlarken; armut.com, evebirilazim.com'a nazaran daha fazla alanda hizmet sağlamaktadır. Öyle ki armut.com'un sağladığı hizmetler; temizlikten nakliyata, boya badanadan grafik tasarıma kadar çeşitlilik göstermektedir. Bu durumda evebirilazim.com'un yalnızca temizlik hizmeti sağlaması ile henüz yalnızca İstanbul'da faaliyet göstermesinin payı büyüktür. armut.com toplam 9 ilde hizmet sağlarken, evebirilazim.com yalnızca 1 ilde yani İstanbul'da hizmet sağlamaktadır. Bu yüzden armut.com'un daha fazla alanda çevrimiçi hizmet satın alma olanağı sunması garipsenmemeli, fakat armut.com'un evebirilazim.com'a nazaran daha geniş bir coğrafyaya yayılmış olması ile çevrimiçi hizmet sağlama pratiğini daha etkili biçimde gerçekleştirdiğine de dikkat çekilmelidir.

Sitelerin her ikisi de profesyonel internet siteleri ile kullanıcılara çevrimiçi hizmet vaadi ile seslenmektedir. Yine her iki sitede de istenen hizmet ile hizmet verecek kimselerin opsiyonel olarak seçilmesi sağlanmaktadır. Bu kullanıcıyı aktif konuma getirmektedir ve yeni medya ile gelen etkileşimli iletişim sürecinde bir hayli önemlidir. Ayrıca her iki sitede hizmet talep edilen il, ilçe ve hizmet biçimleri ayrıntılı olarak sunulmaktadır. Sitelerin ikisinde de kişisel ya da kurumsal hizmet talebi gibi sınırlamalar da bulunmamakta, siteler hizmet talep eden ve hizmet sağlamak isteyen herkese açık konumda bulunmaktadır.

Buna karşın armut.com kurumsal olarak; 3D Teknik Çizim, Ofis Temizliği, Android Uygulama, PHP Programcısı, Araç Kaplama, Bina Yönetimi, SEO, Reklam Ajansı/Reklamcı, Yazılım Geliştirme, Reklam Filmi Prodüksiyon, Dijital Baskı, Tabela, Grafik Tasarım, Tanıtım Filmi, Freelance Programcı, Tercüman/Çevirmen, iPhone Uygulama, Video Editörü, iPhone Tamiri, Web Site Yapıtırma, Kurumsal Kimlik Tasarımı, Web Tasarım, Led Tabela, Web, Tasarım Programlama, Logo Tasarımı, Web ve Grafik Tasarım, Matbaa Baskı, Web Yazılım ve Tasarım, Muhasebeci ve Mali Müşavirlik, Yaşam Koçu ve Ofis Taşıma hizmetleri sunduğunu belirtirken, evebirilazim.com'da böyle bir beyan yer almamaktadır.

Bununla birlikte sitelerde cinsiyet, yaş, eğitim durumu vb. sınırlamalar da bulunmamaktadır. Hem armut.com hem de evebirilazim.com üzerinden talep edilen temizlik hizmetinde kullanılacak temizlik malzemeleri, siteler ya da temizlik hizmeti verecek olan kimseler tarafından değil, temizlik hizmeti talep eden kimse tarafından temin edilmektedir. Yine her iki sitede ana sayfalarında kullanıcı yorumlarına yer vererek, retoriği güçlendirmek adına hareket etmekte ve müşteri memnuniyeti ile güvenilirliği ne kadar önemsediklerine dikkat çekmektedir.

Bununla birlikte, evebirilazim.com'un rezervasyon ekranı armut.com'un rezervasyon ekranına nazaran daha profesyonel ve detaylandırılmış biçimdedir ve bu durum kullanıcıya kolaylık sağlamaktadır. armut.com'da 16 kişilik bir kadro bulunurken, evebirilazim.com 4 kişilik bir çekirdek kadrodan oluşmaktadır. evebirilazim.com'da canlı destek hattı bulunurken, armut.com'da bu hat bulunmamaktadır. Sitelerden yalnızca evebirilazim.com'da ekstra hizmetler bulunmaktadır ve bahşiş uygulamasının da varlığına dikkat çekilmektedir.

armut.com profesyonel kimselerden hizmet sağlandığını beyan ederken, evebirilazim.com böyle bir beyanda bulunmamaktadır. Ayrıca armut.com'da ödeme hizmet veren kimseye bizzat yapılırken, evebirilazim.com'da ödeme hizmet verecek olan

kimseye kredi kartı ya da Paypal aracılığı ile site üzerinden yapılmaktadır. Böylelikle hem hizmet, hem de hizmeti verecek kişi ile hizmeti alacak kişi ödeme ve rezervasyon noktasında garanti altına alınmaktadır. Yani armut.com hizmet temin etme noktasında hizmet isteyen ve hizmet vermek isteyen kimseler arasında aracılık ederken, hizmetin ödemesi noktasında aracı olmamaktadır. evebirilazim.com ise hem hizmet temin etme, hem de hizmet ödemesi noktasında bizzat aracılık yapmaktadır.

Ayrıca armut.com sosyal medyaya da büyük önem atfetmektedir. Örneğin, 2012 Eylül'de "Güldüren Üşengeçlikler Yarışıyor!" başlığı ile Facebook hesabında (Facebook/armutcom) bireylere üşengeçlik hikayeleri ya da fotoğrafları yollamaları karşılığında Toshiba HD Kamera kazanmak vaadi ile seslenmiştir. Seçici üyeler ise Zaytung Editörleri olarak ifade edilmiştir (girisimcianne.com, 2015).

3. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Günümüzde yeni medyanın avantajları ve getirileri ile dünya üzerinde birçok şey gibi hizmet alma durumu da farklılaşmıştır. İnsanlar artık hizmet ya da hizmet elemanı bulmak için bireysel bir uğraş vermeye gerek duymamakta, bu ihtiyaçlarını çevrimiçi hizmeti internet üzerinden sağlayan siteler aracılığı ile temin etmeyi tercih etmektedir. Türkiye'de dikkat çeken örnekler olan ve yeni medyanın sunduğu olanakları fark eden girişimci kimseler tarafından kurulan armut.com ile evebirilazim.com gibi yeni birer oluşumu niteleyen başarılı oluşumlar da bu amaca hizmet etmektedir. Öyle ki, armut.com 2014 yılında düzenlenen 12. Altın Örümcek Web Ödülleri'nde¹ finalistlerden olmuş, Avokado Grup İnternet Servisleri sahipliğindeki armut.com, "Yaşam" kategorisinde halkın oylarıyla ikinci olmuştur (altinorumcek.com, 2015).

Çevrimiçi hizmet sağlama uygulaması Türkiye için yeni bir yönelim olsa da armut.com ile evebirilazim.com gibi siteler ile adından söz ettirmeye başlamış ve aslında iletişim teknolojilerinin olanak ve yenilikleri ile gelişecek olan potansiyel bir hizmet ağını nitelemiştir.

Türkiye'de faaliyet gösteren ve bireyler için herhangi bir hizmet konusunda ustalardan ücretsiz teklif toplayan ve bunları hem hizmet arayan hem de hizmet sunan kimseler ile buluşturan ve sitesindeki üyelerin kendilerine bağlı çalışan kimseler olmadığını söyleyen armut.com, kendi ifadesi ile "Eskiden tanıdıklara sorarak, sarı sayfalara bakarak, telefonda dil dökerek bulduğunuz boyacı, fotoğrafçı ya da evden eve nakliyat gibi hizmetlerin en iyi profesyonellerini çok daha kolay bulmanızı" sağlamaktadır (armut.com, 2015).

Eğer temizlikten nakliyata hatta doğum fotoğrafçılığına kadar hizmet sunan armut.com üzerinden boyacı ya da badana ustası arıyor iseniz; boyanacak ev ya da odanın metrekaresi, kaç oda olduğu, tavanların boyanıp boyanmayacağı ya da boyanın markası ile niteliklerini belirtebilmektesiniz. Böylelikle akılda soru işareti kalmayacak şekilde hizmet sağlayacak kimseye talepler iletililebilmekte ve iletişime geçilebilmektedir.

evebirilazim.com da tıpkı armut.com gibi detaylı biçimi ile çevrimiçi hizmet sağlama noktasında kullanıcılara samimi ve ayrıntılı yönlendirmeler ile seslenmektedir. Betimleyici ve keşfedici bir araştırma olan bu çalışmada, armut.com 39 ilçe ile en fazla

İstanbul'da ve 2 ilçe ile de en az Eskişehir'de hizmet sağladığı tespit edilmiştir. Dolayısı ile armut.com'un hizmet talep eden ve hizmet sağlayan kimseleri genellikle büyük şehirlerde daha fazla buluşturduğu görülmektedir. evebirilazim.com ise yalnızca İstanbul'da ve sadece temizlik alanında hizmet verdiği için armut.com'a göre daha az etkin biçimde çevrimiçi hizmet sağlamaktadır.

Hizmet veren kimse ile hizmet konusu, detaylar ve ödemeyi görüşmeyi bireylere bırakan armut.com, ödeme noktasında aracı olmadığına da dikkat çekmektedir. armut.com üzerinden teklif toplamanın ücretsiz olması sitenin kitle kaynaklı şekilde çalıştığına işaret etmektedir. Kitle kaynaklı (crowdsourced)² şekilde çalışan yani çok sayıda kullanıcı ile herhangi bir konuda sorun çözümüne katkı sağlamak isteyen kimseleri çevrimiçi olarak buluşturan armut.com, Freelance Programcı/Yazılımcı ve Freelance Grafiker Grafik Tasarım gibi hizmetler sunduğundan, yeni medya ile yaşanan meslek profesyonelliği değişim ve dönüşümlerini de desteklemektedir. Bununla birlikte ödeme noktasında hizmet veren ile talep eden arasında bir köprü görevi gören evebirilazim.com da, kitle kaynaklı bir biçimde çalışmakta ve hizmet talep eden ile hizmet vermek isteyen kimseleri birbirleri ile buluşturmaktadır.

Öyle görünüyor ki iletişim teknolojilerinin hemen her gün gebe olduğu yenilikler kapsamında çevrimiçi hizmet satın alma ve sağlama pratiği gelişecek ve daha da yaygınlaşacaktır. Türkiye'de başarılı ve yeni örnekler olan armut.com ve evebirilazim.com gibi sitelerin sayısı daha da artacak, söz konusu sitelere belki de yenileri eklenecektir.

Ayrıca, armut.com büyük ölçüde gelişmiş ve kurumsallaşmış durumda olsa da her geçen gün hizmet ağına yenilikler katması beklenmektedir. Mevcut durumda sadece İstanbul'da hizmet veren evebirilazim.com da hizmet sayısı ile hizmet sağladığı coğrafyayı genişletmesi, bireylerin çevrimiçi hizmet alma pratiklerine profesyonelleşmiş yapısı ve yaygınlaşmış yeni ve etkili hizmet sağlama uygulamaları ile daha büyük ve önemli katkılarda bulunması beklenmektedir.

NOTLAR

¹ Altın Ömcek Web Ödülleri kendi beyanlarına göre; "Doruk Net tarafından internet teknolojisi kullanılarak gerçekleştirilen başarılı projelerin hak ettiği yeri bulması ve bu alanda yapılacak yatırımın özendirilmesi amacıyla düzenlenmektedir" (altinorumcek.com, 2015).

² Ayrıntılı bilgi için bkz. Howe (2006).

KAYNAKÇA

Aday, S., Farrell, H., Lynch, M., Sides, J., & Freelon, D. (2012). *Blogs and Bullets II: New Media and Conflict after the Arab Spring*. Washington: United States Institute of Peace.

Ahn, J. (2013). *What Can We Learn from Facebook Activity? Using Social Learning Analytics to Observe New Media Literacy Skills*. In Proceedings of the third

- international conference on learning analytics and knowledge (LAK '13), pp. 135-144, April 8-12, Leuven, Belgium.
- Altınorumcek.com (2015). Altın Örümcek WEB Ödülleri. (Erişim: 02.06.2015), <http://altinorumcek.com/sonuclar/12-altin-orumcek/>
- Armut.com. (2015). Hakkımızda. (Erişim: 31.05.2015), <http://armut.com/hakkimizda>
- Carpenter, C., & Drezner, D. W. (2010). International Relations 2.0: The Implications of New Media for an Old Profession. *International Studies Perspectives*, 11(3), 255-272. doi: 10.1111/j.1528-3585.2010.00407.x
- Crosbie, V. (1998). *What is New Media?*. (Erişim: 16.11.2015), www.sociology.org.uk/as4mm3a.doc
- Evebirilazim.com (2015). Hakkımızda. (Erişim: 02.06.2015), <https://www.evebirilazim.com/hakkimizda>
- Fuchs, C. (2012). The political economy of privacy on Facebook. *Television & New Media*, 13(2), 139-159.
- Garde-Hansen, J. (2009). *MyMemories?: Personal Digital Archive Fever and Facebook*. In Save As... Dijital Memories. Garde-Hansen, J., Hoskins, A. & Reading, A. (Eds). pp. 135-150. Basingstoke: Palgrave MacMillian.
- Girişimcianne.com. (2012). Armut'ta güldüren üşengeçlikler yarışıyor!. (Erişim: 04.06.2015), <http://girisimcianne.com/2012/09/06/armutta-gulduren-usengeclikler-yarisiyor/>
- Hampton, K., Rainie, R., Lu, W., Dwyer, M., Shin, I., & Purcell, K. (2014). *Social media and the 'Spiral of Silence'*. Washington, DC.: Pew Research Center. (Erişim: 23.11.2015), http://www.pewinternet.org/files/2014/08/PI_Social-networks-and-debate_082614.pdf
- Howe, J. (2006). The rise of crowdsourcing. *Wired magazine*, 14(6), 1-4.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. UK: Sage Publications Inc.
- Kuyucu, M. (2015). Web 2.0 Haçlı Seferleri: Twitter ile Ana Akım Medyanın Erişim Savaşı. (Ed. Selva Ersöz Karakulakoğlu & Özge Uğurlu), İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar, (ss. 145-181). Ankara: Heretik Yayıncılık.
- Liebelson, D. (2014). *MAP: Here Are the Countries That Block Facebook, Twitter, and YouTube*. Mother Jones.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Leonardo Book Series, London: MIT Press.
- Papacharissi, Z. (2009). The virtual geographies of social networks: a comparative analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld. *New Media & Society*, 11(1-2), 199-220. doi: 10.1177/14614444808099577

- Sawyer, R. (2011). *The Impact of New Social Media on Intercultural Adaptation*. Senior Honors Projects. Paper 242. (Erişim: 17.11.2015)
<http://digitalcommons.uri.edu/srhonorsprog/242>
- Sorapure, M. (2004). Five Principles of New Media: Or, Playing Lev Manovich, *Kairos* 8(2), 1-7.
- Turner, F. (2009). Burning Man at Google: a cultural infrastructure for new media production. *New Media & Society*, 11(1-2), 73-94.

Çevreci Tüketicilerin Değer Temelli Bölümlendirilmesi: Çevreci Kadın Tüketiciler Üzerine Bir Araştırma

Hatice AYDIN^{1,a}

¹ Yrd. Doç. Dr., Muş Alparslan Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü – Muş/ Türkiye.

Başvuru tarihi: 19 Ağustos 2016 Düzeltme tarihi: 07 Ekim 2016 Kabul tarihi: 12 Ekim 2016

Öz

Sınırsız istek ve beklentileri olan tüketicilerin bulunduğu heterojen pazarlarda tüm tüketicilerin istek ve beklentilerinin tam anlamıyla karşılanabilmesi zordur. Günümüz firmalarının rekabette üstünlük ve farklılık sağlayabilmeleri, hedef seçtikleri pazar bölümleri için doğru ve etkin pazarlama stratejileri geliştirmeleri ile mümkündür. Firmalar hedef pazar bölümlerini belirlerken birçok değişkeni dikkate almaktadır. Çevreci tüketim davranışlarında etkili olan kişisel ve tüketim değerleri, firmaların pazarı bölümlenmede yararlandıkları önemli değişkenlerdendir. Bu çalışmada, çevreci kadın tüketicilerin tüketim ve kişisel değerleri açısından alt bölümlere ayrılıp ayrılmadıklarını belirlemek amaçlanmıştır ve bu amaç doğrultusunda kümeleme analizi yapılmıştır. Ayrıca elde edilen kümeler arasında demografik özellikler itibarı ile anlamlı farkın olup olmadığı diskriminant analizi ile test edilmiştir. Araştırma, Doğu Anadolu Bölgesi/Muş ilinde 18 yaş üstü kadın tüketicilere uygulanmıştır. Analiz sonucunda, çevreci kadın tüketicilerin kişisel ve tüketim değerleri açısından iki kümeye ayrıldıkları tespit edilmiştir. Birinci kümenin öne çıkan kişisel değeri, öz aşkınlık iken, ikinci kümenin ise öz gelişmişliktir. Ayrıca, birinci kümenin fonksiyonel tüketim değeri ve ikinci kümenin sosyal ve yaratıcı tüketim değerleri öne çıkmaktadır. Bu kümelerin demografik özelliklerden sadece yaş değişkeni açısından aralarında anlamlı farklılığın olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler

Öz-Aşkınlık, Öz-Gelişmişlik, Tüketim Değerleri, Kişisel Değerler, Yeşil Tüketim

^a Sorumlu Yazar/Corresponding Author: Muş Alparslan Üniversitesi Kampüsü, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 49250, Muş / Türkiye.
e-posta: aydinhtice@gmail.com

Value-Based Segmentation of Green Consumers: A Study on Green Women Consumers

Abstract

It is difficult to meet fully all the requirements and expectations of consumers in heterogeneous market where there are consumers' unlimited demands and expectations. If today's companies want to gain some competitive advantage, they should develop accurate and effective marketing strategies for their chosen target market segments. Companies consider many variables to determine the target market segments. Personal and consumption values are important factors which are used for market segmentation. In this study, it is aimed to determine whether female consumers are divided into sub-groups regarding their personal and consumption values and in order to do this, cluster analysis is made. In addition, to determine whether there is a significant difference between the clusters in terms of demographic features, discriminant analysis is made. Research has been applied in Eastern Anatolia Region (Mus province) to female consumers over 18. As a result of the study, it is determined female consumer are divided into two sub-groups in terms of their personal and consumption values. In the first cluster, consumers have self-transcendence personal value and in the second cluster they have self-enhancement value. Also for the first cluster, functional consumption value is more important and for the second cluster social and epistemic value are more important. And only in terms of age, variable differences between these clusters were found.

Keywords

Self-Enhancement, Self-Transcendence, Consumption Value, Personal Value, Green Consumption

1. GİRİŞ

Teknolojik gelişmelerle paralel olarak meydana gelen aşırı üretim beraberinde tüketimin dengesizce artışını getirmiştir. Tüketim ve üretimdeki aşırı artışın en önemli sonucu doğal kaynakları olumsuz etkilemesi olmuş ve ekolojik tahribat hızla artmıştır. Başta işletmeler ve tüketiciler olmak üzere tüm insanlar küresel ısınma, su ve hava kirliliği gibi doğada meydana gelen problemlerden sorumludurlar. Çünkü insanların sorumsuz davranışları doğada kötü sonuçlar meydana getirmektedir. Ancak günümüz tüketicisi çevrenin korunması konusunda daha duyarlı davranmakta ve alışılmış davranışlarını terk etmektedir. Bu duyarlılığın yeni adı sürdürülebilir tüketim ya da çevreci tüketim olarak ifade edilmektedir. Çevreci tüketim ile tüketiciler çevreyi ve doğal kaynakları koruma sorumluluğu taşımaktadırlar (Kalafatis vd., 1999). Tüketiciler arasında yaygınlaşan genel kanı, çevre dostu tüketimin, yaşamın devamlılığı için zorunlu olduğudur. Dolayısıyla günümüzde tüketim, bilinçten öte yaşam biçimi haline gelmiştir. Bu durum işletmelerin de alışla gelen üretim anlayışlarındaki değişimi hızlandırmalarını sağlamıştır. Günümüz işletmeleri, özellikle enerji tasarrufu sağlayan ve geri dönüştürülebilir çevreci ürünler üretmeyi yaşam felsefeleri haline getirmeye başlamışlardır. Ancak işletmelerin, bununla

sınırlı kalmayıp artan tüketici duyarlılığına cevap veren yeşil tüketime yönelik pazarlama stratejileri geliştirmeleri gerekmektedir (Ko vd., 2013: 1709). Tüketim ve üretimin bu denli değiştiği bir dönemde işletmeler çok farklı beklentileri olan çevreci tüketiciler arasından hedef pazarlar belirlemelidirler. Böylece hedef seçtikleri pazardaki tüketicileri alt bölümlere ayırma, benzer istekleri olanları daha yakından tanıma, pazarlama stratejilerinde daha etkin olma, doğru kararlar verme ve müşteri beklentilerini uygun bir şekilde yerine getirme imkânı elde edebilirler. İşletmeler, pazar bölümlenmede demografik, psikografik ve davranışsal değişkenler başta olmak üzere birçok değişkeni dikkate alırlar (Kotler, 1997: 31). Ancak bölümlenmede en iyi yol, tek bir değişken yerine amaca uygun olan değişkenlerden birkaçını birlikte değerlendirmektir (Ünal vd., 2008: 212).

Tüketicilerin bir üründe aradıkları ilk şeyin ürünün özelliği olduğu ve ürünlerde önemsedikleri özelliklerin ise sahip oldukları değerlere göre şekillendiği dikkate alındığında, bölümlenmede yararlanılabilecek önemli değişkenlerden birinin de değer olduğu söylenebilir (Sheth vd., 1991b). Değer, insan davranışlarına rehberlik eden ilkeler, bir şeyin arzu edilebilirliği hakkındaki inançlar, insanın tercihine göre davranmak isteme eğilimi, belirli durumları diğerlerine tercih etme durumu ve bireyin tercih kriterleri şeklinde ifade edilmektedir (Gutman, 1982: 60; Byrd, 2002: 56; Grey, 2005: 22; Choi, 2005: 4; Ramos, 2006: 36). Kişinin sahip olduğu değerler, davranışlarına yön vermektedir. Bu nedenle sahip olunan değerlerin, tüketicilerin çevresel duyarlılıklarındaki artışta etkili olduğu düşünülmektedir. Aynı uyarıcılara tüketiciler, farklı tepkiler verebilmektedir. Psikolojik faktörlerden olan kişisel değerler, tüketicilerin tepkilerinde farklılık yaratan değerlerden biridir. Dolayısıyla, tüketicilerin ürünlerde önemsedikleri özelliklerin birbirinden farklı olması da kişisel özelliklerini ifade eden kişisel değerlerinden kaynaklanabilmektedir. Kişisel değer, “kişilerin hayatlarına yön veren, önem derecesi duruma göre değişen, kişilerin ulaşmak istedikleri amaçlar” olarak ifade edilmektedir. Bu amaçlar tüketicilerin her türlü seçim kararlarını etkilemektedir (Schwartz, 1994: 20-21). Tüketiciler, kişisel değerleri ile tutarlılık gösteren satın alma davranışı sergilemektedir (Shim ve Eastlick, 1998). Örneğin evrensellik değeri baskın olan tüketiciler diğerlerine göre daha çevreci davranabilmektedir. Bu etkilerinden dolayı “kişisel değerler” kavramı son yıllarda pazarlama alanında üzerinde sıklıkla durulan ve bölümlenmede yararlanılan değer kavramlarından biri haline gelmiştir (Kamakura ve Mazzon, 1991). Kişisel değerlerin tüketici satın alma davranışlarını açıklamada kullanılacak en güçlü değişkenlerden olduğu da öne sürülmektedir (Thogersen ve Ölander, 2002). Dolayısıyla tüketicilerin çevreci ürün özelliklerini değerlendirirken de kişisel değerlerin etkisinde kaldıkları göz ardı edilmemelidir (Gutman, 1982). Tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen önemli değerlerden biri de tüketim değerleri olup tüketicilerin belirli bir ürünü satın alma, almama, bir ürünü diğerine tercih etme ve belirli bir markayı seçme nedenlerini açıklamaktadır (Sheth vd., 1991b). Örneğin, bir tüketici için bir otomobilin dış görünüşü otomobili satın alma nedeni iken başka bir tüketici için otomobilin yakıt tasarrufu sağlaması satın alma nedeni (Sheth, 1991a). Bu nedenle tüketicilerin ürün özelliklerini değerlendirirken tüketim değerlerinin de etkisinde kaldıkları dikkate alınmalıdır.

Çevreyi koruma duyarlılığının arttığı ortamda günümüz işletmelerinin rekabette üstünlük sağlayabilmeleri, çevreci tüketicilerin satın alma davranışlarını incelemeleri, onların

ihtiyaç ve isteklerini anlamaları ve karşılımları ile mümkündür. Bu nedenle diğer tüketicilerden farklı olan çevreci tüketici profillerini incelemek son derece önem taşımaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada çevreci kadın tüketicilerin tüketim ve kişisel değerleri açısından homojen bölümlere ayrılıp ayrılmadıklarını ve bu bölümlerin diğer demografik özellikler itibarı ile aralarında farklılık olup olmadığını belirlemek amaçlanmıştır. İki bölümden oluşan bu çalışmanın ilk bölümünde kişisel değerler ve tüketim değerleri ile ilgili teorik bilgiler verilmiştir. İkinci bölümde ise kişisel ve tüketim değerleri açısından kadın tüketicileri alt bölümlere ayırmak için, kadın tüketicilere uygulanan anket çalışmasının sonuçlarına yer verilmiştir. Çevreci tüketimde önemli bir paya sahip oldukları düşüncesinden hareketle, çalışma kadın tüketicilere uygulanmıştır. Böylece çevreci kadın pazarlarını daha alt bölümlere ayırmak, onları daha yakından tanımak ve bu yönüyle literatüre katkı sunmak amaçlanmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Kişisel Değerler

Kişisel değerleri belirlemek üzere yararlanılan Rokeach Değerler Sistemi, Değerler Listesi ve Schwartz Değerler Sistemi en çok kabul görmüş olanlardır. Schwartz Kişisel Değerler Sistemi, kişinin tüm ihtiyaçları dikkate alınarak geliştirildiğinden tüketici davranışlarını açıklamada daha yararlı olduğu öne sürülmektedir. Bu nedenle tüketici davranışlarını açıklamada yararlanılan en önemli değer ölçeklerindedir (Ünal vd., 2008: 215). Ayrıca tüketim değerleri ile ilişkili olduğu gerekçesiyle de çevreci tüketim araştırmalarında daha fazla yararlanılmaktadır. Bu değerler sistemine göre kişisel değerlerin iki temel boyutu bulunmaktadır. Bu boyutlardan biri, değişime açıklık-muhafazakârlık ve diğeri, takdir ve saygı görme-kendini aşmadır. Kendini yönlendirme, uyarılım, hedonizm, güvenlik, uyumluluk ve geleneksellik değerleri değişime açıklık-muhafazakârlık boyutunda yer alırken; güç, başarı, hedonizm evrensellik, yardımseverlik değerleri ise takdir ve saygı görme (öz- genişletim)-kendini aşma (öz-aşkınlık) boyutunda yer almaktadır (Bilsky ve Schwartz, 1994:167).

Daha önce yapılan bazı araştırmalarda Schwartz'ın "Öz-genişletim" ve "Öz-aşkınlık" değer boyutları ile çevre dostu davranış arasında anlamlı istatistiksel ilişki olduğu (Gruner ve Juhl, 1995; Karp, 1996; Stern vd., 1999; Schultz ve Zelezny, 1999; Schultz vd., 2005; Leiserowitz vd., 2006); bazı araştırmalarda evrensellik ve yardımseverlik değerlerinin (Krystallis ve Chrysohoidis, 2005; Mueller, 2011); bazılarında başarı, güç ve hedonizm değerlerinin çevreci tüketim ile daha fazla ilişkili olduğu (Schultz ve Zelezny, 1999; Schultz vd., 2005; Şener ve Hazer, 2007) tespit edilmiştir. Ayrıca bazı yazarlara göre muhafazakârlık değerine sahip tüketiciler bir şey norm haline gelmedikçe yaşamlarına dâhil etmezler (Follows ve Jobers, 2000: 729). Dolayısıyla bu değer çevreci tüketim ile ilişkisinin zayıf olduğu öne sürülmektedir (Schultz vd., 2005: 457). Değişime açıklık-muhafazakârlık boyutunda bulunan kendini yönlendirme ve uyarılım değerlerinin de doğrudan çevresel tutumlarla ilişkisi olmadığı öne sürülmektedir (Thogersen ve Grunert-Beckmann, 1997). Dolayısıyla çalışmada, öz-genişletim ve öz-aşkınlık değerleri kullanılmıştır. Öz-genişletim değerleri, insanların kendi kişisel ilgilerini geliştirmeye yönelik iken, öz-aşkınlık değerleri, diğer insanların refahını sağlamaya yöneliktir. Öz-

genişletim boyutunda yer alan güç değeri sosyal statü ve saygınlık elde etme isteğini ifade etmektedir. Başarı değeri ise kişisel yeterliliğe sahip olmaktır. Öz-aşkınlık boyutunda yer alan iyilikseverlik, çevredeki insanların refahı amaçlarken, evrenselcilik, tüm insanların ve doğanın refahının sağlanmasına hedefler (Schwartz, 1992).

2.2. Tüketim Değerleri

Tüketim değeri teorisi de farklı şekillerde ortaya konulmuştur (Sweeney ve Soutar, 2001; Lin ve Huang, 2012). Bu teori tüketicinin herhangi bir ürün ya da markayı neden tercih ettiklerini daha ayrıntılı ortaya koymaktadır. Bu değeri temel olarak fonksiyonel, epistemik, durumsal, duygusal ve sosyal olmak üzere 5 gruba ayrılmaktadır. Ancak fonksiyonel değeri fiyat ve kalite ölçüt alınarak fonksiyonel kalite ve fonksiyonel fiyat değeri şeklinde ele alınmıştır (Lin ve Huang, 2012: 14).

Fonksiyonel değere göre ürün tercihi yapan tüketici güvenilirlik, dayanıklılık, kalite, ürün içeriği, üretim teknolojisi, geri dönüştürülebilir ambalajın olması ve fiyat gibi niteliklere dikkat etmektedir (Sheth vd., 1991b:160). Duygusal değeri, tüketim tercihlerinde “bağlılık, nostalji, heyecan, korku, suçluluk, kızgınlık” gibi duyguların etkili olması ile ortaya çıkmaktadır (Sheth vd.,1991a). Kısacası, ürünün tüketicide uyandırdıkları duygulardan dolayı tercih edilmesine yol ačan bir değeri (Xiao ve Kim, 2009:612). Sosyal değere göre ürün tercihi yapan tüketiciler, sosyal çevre, referans grubu ve tanıdık görüşünü fayda ölçüsü olarak kabul etmektedirler. Başka bir deyişle sosyal değeri, tüketicinin örnek aldığı kişilerin yapılan alımlarla ilgili olumlu veya olumsuz değeri değerlendirme yapmaları ile anlam kazanmaktadır (Sheth, vd. 1991b: 161). Epistemik değeri, kişinin arzu ettiği yeniliği aramasını ifade etmektedir. Bu değere göre, tüketici yeni tecrübeler kazanmayı temel almakta ve kendisine yeni bir değeri ve tecrübe kazandıracadığına inandığı ürünü seçmektedir (Lin ve Huang, 2012: 13). Başka bir deyişle, bu değeri bir ürünün taşıdığı yeni ve yaratıcı unsurlar ve tüketicilerin keşfetme ihtiyaçlarına yönelik tatminlerin bütününi içermektedir (Sheth vd.,1991a). Tüketicinin yeniliği araması teknolojik ya da sembolik anlamda da olabilir. Satın aldığı ürünün tüketiciye kazandıracadığı imaj sembolik bir değeri iken, teknolojideki ilerleme teknolojik değeri (Dobre vd., 2009: 22). Tüketicinin mevcut markasından sıkılması ve yeni markaları merak etmesi gibi nedenler de epistemik değeri olarak ifade edilebilir (Sheth vd., 1991a: 62). Durumsal değeri, ürün tercihi yaparken belirli bir koşula göre algılanan faydadır. Örneđin bazı ürünler sadece acil durumlarda kullanılırlar (ambulans) ve bazıları sadece bir kez (düğün, kefen) düşünürleri (Sheth vd., 1991b:162).

Son yıllarda çevreci tüketim ile kişisel değeri arasındaki ilişkiyi ortaya koyan araştırmaların sayısı artmaktadır (Schultz ve Zelezny, 1999). Kişisel değeri ile çevreci satın alma davranışı arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalara göre çevre dostu kişilerin evrenselcilik ve iyilikseverlik değeri verdiikleri önem yüksek iken, güç ve başarı değeri verdiikleri önem düşüktür (Schultz vd., 2005; Leiserowitz vd., 2006; Karalar ve Kiracı, 2010; Almiaçık ve Yılmaz, 2010). şener ve Hazer (2007), kadın tüketicilerin kişisel değeri ile çevreci satın alma davranışları arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Sonuçlara göre kadınların “evrenselcilik ve iyilikseverlik” değeri tiplerine diğer değeri tiplerine göre daha fazla önem verdiikleri görülmüştür. Hedlund (2011), turistlerin değeri ile ekolojik turizm davranışı arasındaki ilişkiyi araştırmış ve kişisel değeri

sürdürülebilir davranışlar ile ilişkili olduğunu saptamıştır. Organik gıda satın alma davranışı ile kişisel değerler arasındaki ilişki açısından yapılan çalışmalara göre evrensellik değer tiplerinin organik gıda satın alma davranışı ile pozitif ilişkili olduğu; güç değer tipi ile negatif ilişkili olduğu görülmüştür (Mueller, 2011). Lin ve Huang (2012), tüketicilerin çevreye duyarlılıklarını tüketim değerleri ile karşılaştırmışlardır. Çevre duyarlılığı yüksek olan tüketicilerin çevre dostu ürün satın almaları ile tüketim değerleri arasında ilişki olduğu görülmüştür. Candan ve Yıldırım (2013), çevreci tüketim değerleri ile kişisel değerler arasındaki ilişkiyi incelemiş ve aralarında anlamlı pozitif ilişkinin olduğunu tespit etmişlerdir. Suki ve Suki (2015), tüketim değerlerinin çevresel kaygı üzerindeki etkisini araştırmış ve çevresel kaygıda fonksiyonel, sosyal ve yaratıcılık değerlerinin en etkili değerler olduğunu tespit etmişlerdir. Bazı araştırmacılara göre değer yanı sıra demografik özellikler de önemli bir değişkendir. Dietz vd. (2002) ve Mostafa (2007), cinsiyet, değer ve çevrecilik arasındaki ilişkiyi araştırmış ve bunlar değişkenler arasında anlamlı ilişkiler olduğunu saptamışlardır. Gilg vd. (2005), üst yaş grubundaki iyi eğitilmiş ve gelirlili olan kadın bireylerin daha çevreci olduklarını tespit etmişlerdir. Işıldar (2008) ise, cinsiyetin çevreci davranışlar üzerinde etkili bir değişken olmadığını saptamıştır. Demirel vd. (2009), rekreasyonel aktivitelere katılımın çevreye yönelik tutumlar üzerinde etkisini değerlendirmişlerdir. Araştırma sonucunda çevreye yönelik tutumların yaş gruplarına göre farklılık gösterdiği ancak cinsiyete göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Sam vd. (2010), kadınların erkeklerden daha çevreci olduklarını tespit etmişlerdir. Özdemir (2013), sürdürülebilir tüketim davranışlarında kişisel değerlerin eğitilmiş kadınların giysi elden çıkarma davranışları üzerindeki etkisine yönelik bir araştırma yapmıştır. Araştırma sonucuna göre kadınların iyilikseverlik ve evrensellik değer tiplerine, güç-başarı ve hedonizm değer tiplerine göre daha fazla önem verdikleri ve daha çevreci davrandıkları görülmektedir. Yıldırım ve Candan (2015), tüketim ve kişisel değerler açısından çevreci tüketicilerin öz-aşkın fonksiyonel çevreciler ve öz-gelişmiş sosyal çevreciler olmak üzere iki kümeye ayrıldıklarını belirlemişlerdir. Ayrıca demografik özellikler açısından da bu kümeler arasında anlamlı farklar olduğunu belirlemişlerdir.

Literatürde çevreci tüketim konusunda yapılan çok fazla çalışma olmasına rağmen kişisel değerler, tüketim değerleri ve demografik özellikleri bir arada ele alan çalışmaların sayısı oldukça sınırlıdır (Candan ve Yıldırım, 2013; Yıldırım ve Candan, 2015). Ayrıca kadın tüketicilerin çevresel alımlarda çok etkin bir rol oynadıkları çalışmalarda çok fazla vurgulanmasına rağmen, kadın tüketicileri daha yakından tanımak amacıyla yönelik çalışmaların sayısı yok denecek kadar azdır (Şener ve Hazer, 2007). Bu değişkenleri bir arada ele alan kadınlara yönelik özellikle Doğu Anadolu Bölgesi'nde yapılmış herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu yönüyle çalışmanın çevre dostu ürün satın alan kadın tüketici pazarına dair ayrıntılı bilgi sunmasına yardımcı olması beklenmektedir. Ayrıca Ay ve Ecevit (2005)'in psikografik değişkenlerin çevreci tüketim davranışlarını belirlemede demografik değişkenlere göre daha etkili olduğunu öne sürmesi de bu değişkenler açısından bir çalışmanın yapılmasını gerektirmiştir.

3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

3.1. Örnekleme ve Veri Toplama Süreci

Kadınların çevreci tüketim konusunda erkeklerden daha çevreci oldukları sürekli öne sürülmesine rağmen kadınlara yönelik yapılan çalışmalar yok denecek kadar azdır (Şener ve Hazer, 2007). Literatürdeki boşluk dikkate alınarak çalışma kapsamına çevreci kadın tüketiciler dahil edilmiştir. Bu araştırmanın ana kütlesi, Muş il merkezinde yaşayan çevreci kadın tüketicilerden oluşmaktadır. Ana kütlenin tamamına ulaşmak, zaman ve maliyet kısıtlarından ötürü mümkün görülmemiştir. Dolayısıyla örnek büyüklüğünün minimum 384 olmasına karar verilmiştir (Kurtuluş, 2010: 67). Heterojen bir örnekleme ulaşmak amacıyla Haziran-Ağustos 2016 tarihinde 421 kişilik bir katılımcı üzerinden yüz yüze anket yöntemi ile veriler toplanmıştır. Bu kişiler kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Toplanan veri incelendiğinde, 391 kişiden elde edilen verilerin analizler için uygun olduğu belirlenmiştir. Anket 2 grup sorudan oluşmaktadır. Birinci grup kişisel ve tüketim değerlerine yönelik sorulardan oluşmakta ve ikinci grup demografik özellikleri ölçmektedir.

Davranışın değerle olan ilişkisi incelendiğinde tüm değer tiplerinin kullanımının pratik ve kullanışlı bir yol olmadığı öne sürülmektedir (Stern vd., 1998; Stern ve Dietz, 1994; Karp, 1996). Bazı araştırmalarda genellikle Schwartz'ın Değer Listesinin tamamı yerine araştırmanın ihtiyacına yönelik olacak şekilde kısaltılmış değer listesinin kullanımı uygun görülmektedir (Thøgersen ve Ölander, 2002). Bu durum dikkate alınarak çalışmada, Lindeman ve Verkasalo (2005) tarafından revize edilen Schwartz'ın kısaltılmış kişisel değerler listesindeki 23 ifadeden oluşan öz-aşkınlık ve öz-genişletim değerlerinden yararlanılmıştır. Tüketim değerleri ise 23 ifadeden oluşan Lin ve Huang 2012 ölçeğinden yararlanılarak ölçülmüştür. Kişisel değerler 6'li likert (1: kesinlikle katılmıyorum, 6: tamamen katılıyorum); tüketim değerleri ise 5'li likert (1: kesinlikle katılmıyorum, 5: tamamen katılıyorum) ölçeğinde hazırlanmıştır. Veriler SPSS 20,0 istatistik programı ile analiz edilmiş, tanımlayıcı istatistik, faktör, kümeleme ve diskriminant analizleri uygulanmıştır.

3.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın amacı doğrultusunda kurulan model ve hipotezler aşağıdaki gibi gösterilmiştir.

H1: Çevreci kadın tüketiciler, tüketim değerleri ve kişisel değerler açısından homojen alt gruplara ayrılabilirler.

H2: Çevreci kadın tüketicilerin demografik özellikleri açısından kişisel değerleri ve tüketim değerleri arasında anlamlı farklılık vardır.

H2a: Çevreci kadın tüketicilerin yaşları açısından değerleri arasında anlamlı farklılık,

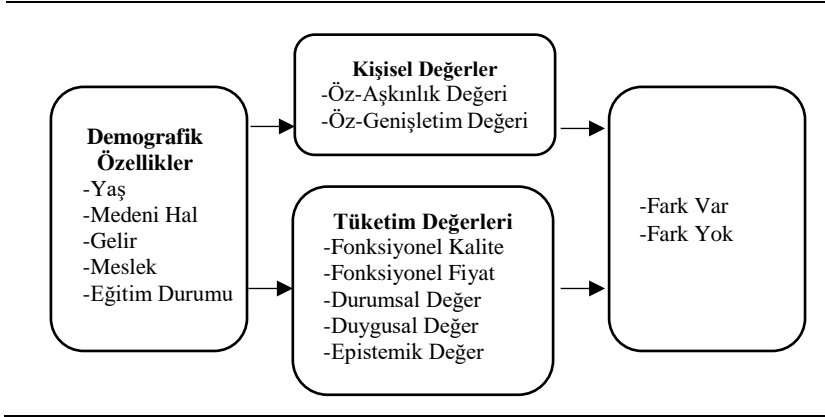
H2b: Çevreci kadın tüketicilerin meslekleri açısından değerleri arasında anlamlı farklılık,

H2c: Çevreci kadın tüketicilerin gelirleri açısından değerleri arasında anlamlı farklılık,

H2d: Çevreci kadın tüketicilerin eğitim durumları açısından değerleri arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H2e: Çevreci kadın tüketicilerin medeni halleri açısından değerleri arasında anlamlı farklılıklar vardır.

Şekil 1. Araştırma Modeli



4. ARAŞTIRMA VERİLERİNİN ANALİZİ

4.1. Araştırma Örneğinin Özellikleri

Katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Demografik Özellikler

Eğitim	Frekans	%	Gelir	Frekans	%	Meslek	Frekans	%
Orta öğrenim	71	18.2	<1300 TL	59	15.1	Öğrenci	49	12.5
Lise	95	24.3	1300-2300	80	20.5	Memur	153	39.1
Lisans	138	35.3	2301-3300	102	26.1	Özel sektör	63	16.1
Lisansüstü	87	22.3	4301-5300	79	20.2	Emekli	24	6.1
Toplam	391	100	>5300 TL	71	18.2	Diğer	102	26.1

Medeni Durum	Frekans	%	Yaş	Frekans	%
Bekar	136	34.8	18-35	199	50.9
Evli	255	65.2	36+	192	49.1
Toplam	391	100	Toplam	391	100

Tablo 2. Kadınların Çevreci Tüketim Yapmaya Dikkate Ettikleri Ürün Grupları

Ürün Grupları	Frekans	%
Kozmetik	62	15.9
Gıda (organik)	113	28.9
Evsel temizlik	75	19.2
Giyim	56	14.3
Mutfak araç gereçleri	33	8.4
Elektronik eşyalar	34	8.7
Mobilya	18	4.6
Toplam	391	100

Tablo 2’de görüldüğü gibi katılımcıların büyük çoğunluğunun (%28,9) gıda ürünlerinde çevreci davranmaya önem verdikleri ve en az ise mobilya ürünlerinde çevreci tüketime dikkate ettikleri görülmektedir (%4,6).

4.2. Faktör Analizinin Sonuçları

4.2.1. Katılımcıların Kişisel ve Tüketim Değerleri

Kişisel ve tüketim değerlerinin kaç faktörde toplandığını belirlemek amacı ile sırası ile değişkenlere açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Analiz sonucu öz değeri 1’den büyük 2 faktör elde edilmiş ve değişkenlerin 0.40 ve üzeri faktör yüklerine sahip olanlar dikkate alınmıştır. Analiz sonucunda kişisel değer faktörleri toplam varyansın %40,47’ünü açıklamaktadır (KMO örneklem yeterlilik ölçütü: %77,4 Barlett Küresellik testi: 4618.021, $p<0,000$). Tüketim değeri değişkenlerine uygulanan faktör analizi sonucunda öz değeri 1’den büyük 6 faktör elde edilmiştir. Bu faktörler toplam varyansın %69,43’sını açıklamaktadır (KMO örneklem yeterlilik ölçütü: %80,3 Barlett Küresellik testi: 4519.098, $p<0,000$). Tablo 3’de ve Tablo 4’de değerlere ait faktör yükleri, varyans yüzdeleri ve öz değerleri gösterilmiştir.

Tablo 3. Kişisel Değerler

Öz-Gelişmişlik	Faktör Yükleri
Sosyal güç	0.657
Otorite	0.671
Zenginlik	0.619
Başarı	0.580
Yetenekli	0.569
Etkili	0.664
Hırslı	0.542
Neşeli	0.443
Kendini Şımartan	0.530
Haz	0.593
Varyans Yüzdesi: 24.556	Öz Değer: 6.195
Öz-Aşkınlık	Güvenirlilik: 79.2
Barış içinde dünya	0.632
Doğa bütünlüğü	0.683
Güzel dünya	0.747
Eşitlik	0.652

Çevreyi koruyan	0.680
Sosyal adalet	0.750
Açık fikirli	0.682
Erdem	0.642
Dürüst	0.610
Sorumluluk sahibi	0.730
Yardımsever	0.526
Sadık	0.609
Varyans Yüzdesi: 15.917	Öz Değer: 3.113
	Güvenirlilik: 88.5

Araştırma sonucunda, 22 alt değerden oluşan 2 faktör elde edilmiştir. Birinci faktörde öz gelişmişlik boyutuna ait tüm değişkenler yer almıştır. İkinci faktörde affedici değişkeni dışında öz-aşkınlık boyutuna ait değişkenlerin hepsi yer almıştır.

Tablo 4. Tüketim Değerleri

Sosyal Değer	Faktör Yükleri
Çevre dostu ürün aldığımda toplum tarafından kabul edildiğimi hissederim.	0.855
Çevre dostu ürün almak toplumda fark edilmemi kolaylaştırır.	0.897
Çevre dostu ürün olarak diğer insanlar üzerinde iyi bir izlenim, etki yaratılabilir.	0.872
Çevre dostu ürün alan kişi toplum tarafından da desteklenir.	0.615
Varyans Yüzdesi: 12.569	Öz Değer: 4.910
	Güvenirlilik: 86.5
Duygusal Değer	
Çevre dostu ürün aldığımda kendimi daha iyi hissediyorum.	0.882
Yeşil ürün satın aldığım zaman, doğru bir davranış yaptığımı hissediyorum	0.904
Yeşil ürün satın aldığım zaman, iyi bir insan olduğumu hissediyorum	0.883
Varyans Yüzdesi: 12.001	Öz Değer: 4.023
	Güvenirlilik: 87.6
Epistemik Değer	
Çevre dostu ürün almadan önce farklı markalar hakkında önemli bilgiler elde ederim.	0.756
Farklı marka ve modeller hakkında çok fazla araştırma yaparım.	0.808
Çevre dostu ürünleri geleneksel ürünlerden daha yenilikçi buluyorum.	0.831
Çevre dostu ürünlerin geleneksel ürünlere göre daha yaratıcı buluyorum.	0.752
Varyans Yüzdesi: 11.864	Öz Değer: 2.329
	Güvenirlilik: 83.2
Fonksiyonel-Kalite	
Çevre dostu ürünler tutarlı (kalıcı, istikrarlı) kaliteye sahiptirler.	0.824
Çevreci ürünler yüksek teknolojiye sahiptirler.	0.803
Çevreci ürünler kabul edilebilir kalite (iyi kalite) standartlarına sahiptirler.	0.835
Çevre dostu ürünler yüksek performansa sahip olmalıdır.	0.765
Varyans Yüzdesi: 11.767	Öz Değer: 1.857
	Güvenirlilik: 85.3
Fonksiyonel-Fiyat	
Uygun fiyatlı olmalıdır.	0.781
Yeşil ürünler, harcadığım paradan fazlasını sunmaktadır.	0.838
Fiyatına göre iyi ürünlerdir.	0.508
Geleneksel ürünlere göre daha ekonomik olmalıdır.	0.810
Varyans Yüzdesi: 10.711	Öz Değer: 1.493
	Güvenirlilik: 74.6
Durumsal Değer	
Kötüleşen hava koşullarından dolayı geleneksel ürün yerine çevreci ürünleri tercih ederim.	0.818

Çevreci ürün tüketimini destekleyen devlet yardımları olursa, geleneksel ürün yerine çevreci ürün alırım.	0.819
Sadece çevreci ürünlere yönelik bir satış indirimi varsa, yeşil ürün satın alırım.	0.706
Yeşil ürünleri her yerde bulabilirsem, geleneksel ürün almak yerine onları alırım.	0.637
Varyans Yüzdesi: 10.523	Öz Değer: 1.358
	Güvenirlilik: 82.0

4.3. Katılımcıların Tüketim Değerleri ve Kişisel Değerler Açısından Alt Gruplara Ayrılması

Katılımcıları değerlerine göre gruplara ayırmada kümeleme analizi yapılmıştır. Küme sayısını belirlemek için hiyerarşik kümeleme analizi yapılmıştır. Yığılım katsayılarındaki yüzde artış incelenmiş ve 2 ile 3 küme belirlemenin doğru olacağı görülmüştür. İkinci aşamada elde edilen küme sayıları K-Ortalamalar yöntemi ile analize tabi tutulmuş ve küme sayısı 2 olarak belirlenmiştir. Tablo 5'te elde edilen kümelerde toplanan katılımcı sayıları gösterilmiştir.

Tablo 5. Kümelerin İçerdiği Toplam Sayı

Kümeler	Sayı	Yüzde
1	185	0.47
2	194	0.50
Kayıp Değer	12	0,03
Toplam	379	100

Tablo 5'te görüldüğü gibi, 1. kümede 185 ve 2. kümede 194 katılımcı bulunmaktadır. Ayrıca çalışmada 12 kaybolan veri bulunmaktadır. Kişisel ve tüketim değerleri itibari ile iki küme arasında anlamlı farklılıkların tespit edilmesi için anova analizi uygulanmıştır. Tablo 6'da annova analizi ve kümeleri ayırmada anlamlı olan değişkenlerin ortalama değerleri gösterilmiştir.

Tablo 6. Kümelerin Ortalama Değerleri

Kümeler	1.Küme (Ort.)	2.Küme (Ort.)	F değeri	P değeri
Tüketim Değerleri				
Sosyal Değer	3.07	3.95	122.049	0.000
Epistemik Değer	2.16	3.98	727.237	0.000
Duygusal Değer	3.19	2.48	38.207	0.000
Fonksiyonel-Fiyat Değeri	3.90	3.72	5.499	0.020
Fonksiyonel-Kalite Değeri	3.37	3.02	14.316	0.000
Durumsal Değer	3.70	3.41	13.863	0.000
Kişisel Değerler				
Öz-Gelişmişlik	4.31	4.50	4.505	0.034
Öz-Aşkılık	5.48	5.23	10.700	0.001

Tablo 6'a göre tüm değerler %5 önem düzeyinde istatistikî yönden anlamlı olup çevreci tüketiciler, her iki değer açısından homojen alt gruplara ayrılabilirler. Elde edilen kümelerin özellikleri aşağıda verilmiştir.

- (i) Küme: Öz-aşkın fonksiyonelliler: Bu kümede yer alan tüketiciler öz-aşkın kişisel değerine sahiptirler. Bu kişilerde evrensel düşünce ve yardımseverlik özellikleri baskındır. Bu kişiler yardım etmeyi seven, sorumluluk sahibi, dürüst ve sadık insanlardır. Çevresindeki insanların mutluluğuna önem verdikleri için barış içinde yaşamak, çevreyi korumak ve doğa bütünlüğünü sağlamak isterler. Bu kişilerin çevreci ürün tercihlerinde fonksiyonel, durumsal ve duygusal tüketim değerleri etkili olmaktadır. Fonksiyonel değerlere göre alım kararı verirken hem fiyatına hem de kalitesine odaklanmaktadırlar. Duygusal değerleri baskın olan bireyler kendilerini iyi hissettikleri için çevreci tüketim yaptıklarını öne sürerler. Başka bir deyişle onlara göre gerçekten iyi insan olmanın yolu çevreci ürünleri almaktır. Kötüleşen hava koşulları, artan devlet yardımları, satış indirimleri ve çevreci ürünlerin bulunabilirliği gibi durumlar onları çevreci tüketime yönlendiren durumsal değerleridir.
- (ii) Küme: Öz-gelişmiş yaratıcılar: Bu grupta yer alan tüketiciler öz-gelişmişlik kişisel değerine sahiptirler. Onlar için başarı, güç ve hedonizm ön plandadır. Otorite, sosyal güç ve zenginliği güç kaynağı olarak görmektedirler. Başarıya önem veren neşeli bireylerdir. Çevreci ürün tüketimi ile başarılarının, güçlerinin ve hedonizm duygularının artacağını düşünmektedirler. Tüketim değerlerinden sosyal ve yaratıcılık değerleri ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla çevre dostu ürünleri alarak toplum tarafından kabul edilirliklerinin artacağını düşünmektedirler. Ayrıca çevre dostu ürünlerin yaratıcı özelliklere sahip olduğunu düşünerek de almaktadırlar. Kısacası bu tüketici grubu kendisine yeni bir değer, tecrübe kazandırdığına inandığı ve sosyal kabulünü arttırdığını düşündüğü ürünü almaktadır.

4.4. Katılımcıların Demografik Özellikleri İtibari ile Değerleri Arasındaki Farklılıkların İncelenmesi

Kadın tüketicilerin demografik özelliklerine göre değerleri arasındaki farklılığı görmek amacı ile aşamalı ayırma analizi yapılmıştır. Demografik değişken, kriter değişkenini ve değerler ise tahmin değişkenini oluşturmuştur. Yapılan analiz sonucunda demografik değişkenlerden sadece yaş kadın tüketicileri değerleri açısından ayırmada anlamlı çıkmıştır. Bu nedenle sadece yaş değişkeni açısından elde edilen Wilk's Lambda Değerleri ile Öz Değerler Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 7. Kanonik Ayırma Fonksiyonu, Wilk's Lambda Değerleri ve Öz Değerler

Fonksiyon	Öz- Değer	Varyans%	Kümülatif %	Kanonikal Korelasyon
1	0.085(a)	100.0	100.0	0.280
Wilks' Lambda				
Fonksiyonların Testi	Wilks' Lambda	Ki-Kare	df	Anlamlılık Düzeyi
1	0.922	30.408	8	0.000

Tablo 7'de görüldüğü gibi, kanonik ayırma fonksiyonları, toplam varyansın %100'ünü açıklamaktadır. Kanonik korelasyona bakıldığında, fonksiyonun kanonik korelasyonu 0.280'dir. Wilk's Lambda değeri 0.000 anlamlılık düzeyinde 0.922'dir. Bu fonksiyonun değeri istatistikî bakımdan anlamlıdır. Tablo 8' de Yapı Matrisi yer almaktadır.

Tablo 8: Yapı Matrisi

Değişkenler	Fonksiyon 1
Duygusal Değer	0.625
Fonksiyonel Kalite Değeri	-0.572
Öz-Gelişmişlik Değeri	0.444
Sosyal Değer	-0.171
Epistemik Değer	-0.116
Öz-Aşkınlık Değeri	-0.066
Durumsal Değer	0.049
Fonksiyonel Fiyat Değeri	0.017

Tablo 8’de değişkenlerin mutlak değerleri itibariyle hangisinin en iyi şekilde ayırıcı özelliğe sahip olduğu gösterilmektedir. Görüldüğü gibi duygusal değer, fonksiyonel kalite ve öz aşkınlık değişkenleri iyi ayırma gücüne sahiptirler. Bu değişkenlerden hangilerinin istatistikî anlamda ayırmada önemli olup olmadıklarının belirlenmesi için Wilks’ Lambda’sı F testi ile kontrol edilmiş ve sonuçlar Tablo 9’da gösterilmiştir.

Tablo 9. Grup Ortalamaları Eşitliği Testi

Değişkenler	Wilks' Lambda	F	df ₁	df ₂	Sig.
Sosyal Değer	0.998	0.941	1	377	0.333
Epistemik Değer	0.999	0.433	1	377	0.511
Duygusal Değer	0.968	12.497	1	377	0.000
Fonksiyonel Fiyat Değeri	1.000	0.010	1	377	0.922
Fonksiyonel Kalite Değeri	0.973	10.484	1	377	0.001
Durumsal Değer	1.000	0.077	1	377	0.781
Öz-Genişletim Değeri	1.000	0.140	1	377	0.709
Öz-Aşkınlık Değeri	0.984	6.324	1	377	0.012

Tablo 9’da görüldüğü gibi, duygusal değer, fonksiyonel kalite ve öz-aşkınlık değeri 0.01 anlamlılık düzeyinde iyi bir ayırma gücüne sahiptir. Tablo 10’da anlamlı çıkan değişkenlerin grup ortalamaları verilmiştir.

Tablo 10. Grup Ortalamaları Eşitliği Testi

Değişkenler	Genç	Yaşlı
Duygusal değer	2.62	3.04
Fonksiyonel kalite	3.34	3.04
Öz-aşkınlık	5.26	5.44

Tablo 10’daki ortalamalara göre, genç kadın tüketicilerin çevreci ürün satın almada daha çok fonksiyonel değere (kalite, ambalaj, içerik vb.) önem verdiklerini; orta ve üst yaş grubundakilerin ise üründe daha çok duygusal değerlere önem verdiklerini ve evrensel davrandıklarını görmekteyiz. Tablo 11’de sınıflandırma sonuçları gösterilmiştir.

Tablo 11. Sınıflandırma Sonuçları

Yaş	Tahmini Grup Üyeliği		Toplam
	Genç	Yaşlı	
Genç	124	75	199
Yaşlı	80	112	192
Toplam	204	187	391
Genç (%)	62.3	37.7	100
Yaşlı (%)	41.7	58.3	100

Doğru sınıflandırma oranı : %60.4

Tablo 11’de görüldüğü gibi doğru sınıflandırma oranı %60,4’dür. Bu durumda, ayırma fonksiyonlarının test örneğine uygulanmasıyla elde edilen sınıflandırma oranının tesadüfi sınıflandırmadan elde edilecek doğru sınıflandırma oranından istatistiksel olarak büyük olup olmadığını test etmek gerekir (Kurtuluş, 1998: 477). Bu amaçla yararlanılan Morrison şans modeline göre $P(\text{doğru}) = 0.491$ olduğu tespit edilmiştir. Ayırma fonksiyonundan elde edilen 0.604 oranının Morrison şans modelinden elde edilen 0.491 oranından istatistiksel açıdan büyük olup olmadığı %5 önem derecesinde Z testi ile test edilmiş ve Z değeri 4.520 olarak bulunmuştur. Buna göre hesaplanan Z değeri, teorik Z değerinden (1.96) çok daha büyüktür. Bu sonuçlar diskriminant fonksiyonunun tesadüfi ayırmadan çok daha iyi ayırdığını göstermektedir. Z testi dışında, sınıflandırma matrisinin ayırma gücü ile şans modeli, Press Q istatistiği ile karşılaştırılmıştır. Press Q, doğru sınıflandırma sayısı ile toplam örnek büyüklüğü ve grup sayısının karşılaştırılmasına dayanmaktadır. Bu karşılaştırma sonucu bulunan değer, kritik değer ile karşılaştırılmaktadır. Hesaplanan değer kritik değerden büyük olduğunda, sınıflandırma matrisinin şans modelinden istatistikî olarak güçlü olduğu söylenebilir (Hair vd.,1998:270). Yapılan hesaplamalar sonucunda; Press Q değerinin 16.780 olduğu ve kritik değerden (%95 güven aralığındaki kritik değer: 3.83) büyük olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca dayanarak, sınıflandırma matrisinin şans modelinden daha iyi ayırdığı söylenebilir. Bu sonuçlar doğrultusunda sadece H2a hipotezi kabul edilmiştir.

5. SONUÇ

Bu çalışmada, kişisel ve tüketim değerleri açısından çevreci kadın tüketicileri alt kümelere ayırmakta ve bunun dışında belirlenen kümelerin demografik özellikleri itibari ile aralarında farklılık olup olmadığı incelenmektedir. Araştırma sonuçları aşağıda verilmiştir:

Ankete katılan katılımcıların büyük çoğunluğu evli, orta ve üst gelir seviyesine sahip, üniversite mezunu ve memur kişilerden oluşmaktadır. Ayrıca çevreci tüketime önem verdikleri ürün grupları sırası ile en çok gıda, evsel temizlik, kozmetik ve giyimdir. Yapılan kümeleme analiz sonucunda, kadın katılımcılar kişisel ve tüketim değerleri açısından iki kümeye ayrılmıştır. Birinci kümede yer alan tüketicilerin öne çıkan kişisel değerleri evrensellik ve yardımseverlik boyutlarını içeren öz-aşmadır. Bu bireylerin çevreci tüketim yapmalarında etkili olan kişisel özellikleri; barış içinde bir dünya, daha güzel bir dünya, çevre koruması, doğanın bütünlüğü, eşitlik ve sosyal adalettir. Ayrıca yardım etmeyi sevdiklerinden başkalarının menfaatlerini de göz ardı etmezler. Bu

anlamda da çevreci tüketimi bir sorumluluk olarak görmektedirler. Bu kümede yer alan tüketicilerin çevreci davranmalarının altında yatan nedenler; çevreci ürünün kaliteli olduğuna ve çevreci davranarak kendilerini daha mutlu hissedeceklerine inanmalarıdır. Ayrıca bu kümedeki tüketiciler kötüleşen çevre koşulları, çevreci ürün indirimleri ve devlet teşvikleri nedeni ile de çevreci alımlar yapmak isterler. İkinci kümede yer alan tüketiciler öz-gelişmişlik kişisel değerine sahiptirler. Başarıya önem veren neşeli bireylerdir. Çevreci ürün tüketimi ile başarı, güç ve hedonik değerlerinin artıracığını düşünmektedirler. Çevreci tüketim yapmalarının altında yatan en önemli nedenlerden biri, çevreci ürün olarak toplumda onaylanmaktadır. Çevreci ürünlerin geleneksel ürünlere göre daha yaratıcı şeyler sunduğuna inandıkları için de çevreci alımlar yaparlar. Belirlenen kümelerin demografik özellikleri itibari ile değerleri arasında anlamlı farklılıkların olup olmadığını belirlemek için ayırma analizi uygulanmıştır. Yapılan analizin sonucunda katılımcıların yaş dışında hiçbir demografik özelliğin kümeleri ayırmada anlamlı bir fark yaratmadığı belirlenmiştir. Bu sonuç literatürde desteklenmektedir (Gilg vd., 2005: 484). Kadınların yaş düzeyleri açısından aralarındaki farklılıklar incelendiğinde, gençlerin daha çok çevreci ürünün kalitesine önem verdikleri, orta ve üst yaş grubundakilerin ise duygusal değerlerinin ürün alımında etkili olduğu görülmüştür. Üst yaş grubundaki kadınlar çevreci ürün olarak kendilerini daha mutlu hissettiklerini ifade etmektedirler. Başka bir deyişle orta yaş ve üzeri yaş grubundaki kadınların doğru bir şey yaptıklarına ve doğayı koruduklarına inandıkları için satın aldıkları görülmüştür. Buna göre katılımcılar arasından yaşı daha büyük olanlar için çevre dostu ürünlerin sahip oldukları duygusal etkenlerin daha önemli olduğu söylenebilir. Ayrıca evrensel düşündüklerinden çevre korumaya gençlerden daha fazla önem vermektedirler. Bu durum literatürle uygunluk göstermektedir (Devrani, 2010: 55; Özdemir, 2013: 79). Gençlerin kalite değerinin baskın olması, çevre dostu olmasına en çok dikkate ettikleri ürün grubunun gıda olmasından kaynaklanabilir. Çalışmanın sonuçları itibari ile literatüre sağlaması beklenen katkılar aşağıdaki gibidir:

Bu çalışmanın çevre dostu ürün satın alan kadın tüketicilerin değerlerinin ve demografik özellikler itibari aralarındaki farklılıkların anlaşılmasına, bu pazara dair ayrıntılı bilgi elde edilmesine yardımcı olacağı düşünülmektedir. Kadınlara yönelik uygulanan bu çalışma niş pazar olarak değerlendirilen yeşil pazarın, homojen olan daha özel/alt pazar bölümlerine ayrılabilmesine ve kadınların yeşil tüketim davranışının yaygınlaşmasında önemli bir pazar bölümünü oluşturabilmesine tekrar vurgu yapmaktadır. Çalışmanın işletmelere katkıları aşağıdaki gibidir:

Tüketicilerin çevreci davranmalarının altında yatan kişisel ve çevresel değerlerin anlaşılmasında ve bu değerler doğrultusunda pazarlama stratejilerinin geliştirilmesinde işletmelere faydalı olması beklenmektedir. Tüketicilerin bazılarının belirgin olan kişisel özellikleri, topluma ve çevreye saygıyı ifade eden evrensellik ve yardımseverliktir. Bu kişilere ulaşmada sıcak ilişkilerin vurgulandığı mesajların verilmesi faydalı olacaktır. İşletmeler fiyat ve kalite odaklı tüketiciler için farklı fiyat aralıklarında iyi kalitede çevreci ürünleri geliştirebilir ve bunu duygusal uyarımlarla destekleyebilirler. Tüketiciler çevreci ürünleri olarak daha iyi insan olduklarını hissettiklerinden işletmeler reklamlarda duygusal temalara yer vermelidirler. Örneğin çevre dostu davranmamanın olumsuz sonuçlarına odaklanarak tüketicilerde suçluluk duygusu uyandırılabilir. Böylece çevreci tüketim davranışlarını da teşvik edebilirler. Kötüleşen hava koşulları, artan devlet

yardımları, artan satış indirimleri ve yeşil ürünlerin bulunabilirliği gibi durumlar, tüketicileri çevreci tüketime yönlendiren durumsal değerlerdir. İşletmeler fonksiyonel ve duygusal değerler yanında bu değerleri de göz önünde bulundurarak çevreci ürünler için indirimde odaklanmalı ve çevreci ürün bulunabilirliğine önem vermelidirler. İşletmeler depolarında çevre dostu ürünlerin bulunmasına dikkat etmelidirler. Bazı tüketiciler çevreci ürünlerde yaratıcılık ve sosyallik aramaktadırlar. Firmaların bu tüketici grubuna ulaşabilmeleri için çevreye duyarlı olduklarını gösteren sponsorluklar üstlenmeleri gerekmektedir. Bu çabalar bu gruptaki tüketicilerin daha çevreci davranmalarını sağlayacaktır. Epistemik (yaratıcılık) değere sahip tüketiciler merak duygusu ile çevreci ürünleri aldıklarından işletmeler sadece yeşil ürünün fonksiyonel değerine değil epistemik değerine de önem vermeli, tüketicinin bilgi ve farkındalıklarını artırmalıdır. Promosyonlara ağırlık vererek onların meraklarını uyanık tutmaları gerekmektedir. Ayrıca firmalar tüketicilere yaratıcı ve yeni olan çevre dostu ürünler sunmaları gerekmektedir. İşletmeler genel olarak tüm tüketicileri çevreci davranmaya yönlendirecek konferans, konser, festival gibi çevreci aktivitelere ağırlık vermelidirler.

Kişisel değerleri açısından doğayı ve çevreyi korumaya, yardımseverliğe, dürüstlüğe daha çok önem veren toplumsal sorunlara duyarlı kişilerin ağırlıklı olarak orta yaş ve üzeri kişiler oldukları görülmüştür. Orta yaş ve üstü kadınlarda duygusal değerler daha çok önemli olduğu görülmüştür. Bu kitle için işletmeler geliştirdikleri çevre dostu ürünlerde fiziksel özellikler yanında duygusal temalara da yer vermeli ve çevrenin zararlı sonuçlarını reklam yoluyla yansıtarak onlarda duygusal durumlar oluşturmalarıdır. Örneğin çevreci tüketimin iyi bir davranış olduğuna dair reklam sloganlarına ağırlık vermelidirler. Çevre dostu ürünlere yönelik reklamlarda duygusal değerleri harekete geçirecek mesajlara yer verilmesi önerilmektedir. Örneğin, geri dönüştürülebilir ambalajlar (cam şişe vb.) ile çevreye daha az zarar verildiği duygusu oluşturulabilir. Çünkü çevre dostu ürün satın alan kişiler iyi ve doğru olan şeyi yaptıklarını hissetmekte ve çevreyi bu şekilde koruduklarını düşünmektedirler. Araştırma sonucunu dikkate aldığımızda günümüz gençlerinin çevreci üründe kaliteye önem verdiklerini ve çevreyi daha fazla önemstediklerini görmekteyiz. Kısacası gençler çevreci ürünler söz konusu olduğunda onları sadece haz almak için değil, daha kaliteli olduğunu düşündükleri için de aldıkları söylenebilir. Çalışmanın ileride yapılacak araştırmalara katkıları aşağıdaki gibidir:

İlerde farklı değişkenler dikkate alınarak çevreci tüketicilerin alt grupları incelenebilir. Farklı tüketici ve ürün grupları üzerinde araştırmalar yapılabilir. Farklı coğrafyalardaki bireylerin öne çıkan değerlerinde farklılıklar olabileceği düşüncesinden yola çıkılarak farklı kültürlerde araştırmalar yapılabilir. Farklı tüketim ve kişisel değer grupları açısından araştırmalar yapılabilir. Bu araştırmalara kültürel değerler de dahil edilebilir. Kadınların en çok dikkat ettikleri çevresel ürünlerden birinin de giyim olduğu göz önünde bulundurularak sürdürülebilir moda tüketiminin çevreci tüketim ile ilişkisi araştırılabilir. Araştırmanın geçerliliğini desteklemek adına Doğu Anadolu'da karşılaştırma çalışmaları yapılabilir. Sigaranın çevreye verdiği zarar düşünüldüğünde sigara kullanan/ ara sıra kullanan/ kullanmayan tüketicilerin kişisel değerleri açısından aralarındaki farklılıklar araştırılabilir. Erkeklerin ve tüm değerlerin araştırmaya alınmaması araştırmanın kısıtı olup, ileriki çalışmalara dahil edilerek daha kapsamlı bir analiz yapılabilir. Yaşın çevreci kadın tüketicileri ayırmada anlamlı bir belirleyen olmasından yola çıkılarak, ilerde

gençler ve orta ve üst yaş grubu tüketiciler üzerinde ayrı ayrı çalışmalar yapılarak kuşaklar arası fark daha ayrıntılı yansıtılabilir. İlerde self-organizing maps (SOM) gibi farklı kümeleme yöntemlerinden yararlanılarak benzer çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Almaçık, Ü., Yılmaz, C., & Almaçık, E. (2010). Reklamlarda Çevreci İddialar ve Reklam Etkililiği: Basılı Reklamlar Üzerinde Deneysel Bir Araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 85–106.
- Ay, C., & Ecevit Z. (2005). Çevre Bilinçli Tüketiciler. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(10), 238-263.
- Bilsky, W., & Schwartz, S. H. (1994). Values and Personality. *European Journal of Personality*, 8(3), 163-181. doi: 10.1002/per.2410080303
- Byrd, R.R. (2002). *Exploring Internet Survey Techniques: A Study of Personal Values-Leadership Style Congruence*. PhD Dissertation. USA: University of Louisville.
- Candan, B., & Yıldırım, S. (2013). Investigating the Relationship between Consumption Values and Personal Values of Green Product Buyers. *International Journal of Economics and Management Sciences*, 2(12), 29-40.
- Choi, C. C. (2005). *Cultural Values in Context: Implications for Behavioral Intentions*. PhD Dissertation. USA: University of Illinois.
- Demirel, M., Gürbüz, B., & Karaküçük, S. (2009). Rekreatif Aktivitelere Katılımın Çevreye Yönelik Tutum Üzerindeki Etkisi ve Yeni Ekolojik Paradigma Ölçeği'nin Geçerliliği ve Güvenirliği. *Sportmetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 7(2), 47-50.
- Devrani, T. K. (2010). Kişisel Değerlerin Kuramsal Yapısı ve Pazarlamadaki Uygulamalar. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(1), 49-70.
- Dobre, C., Dragomir, A., & Preda, G. (2009). Consumer Innovativeness: A Marketing Approach. *Management & Marketing*, 4(2), 19-34.
- Follows, S. B., & Jobber, D. (2000). Environmentally Responsible Purchase Behaviour: A Test of a Consumer Model. *European Journal of Marketing*, 34(5/6), 723-746. doi: 10.1108/03090560010322009
- Gilg, A., Barr, S., & Ford, N. (2005). Green Consumption or Sustainable Lifestyles? Identifying the Sustainable Consumer. *Futures*, 37(6), 481-504. doi: 10.1016/j.futures.2004.10.016
- Grey, C.A.K. (2005). *Managerial Ethics: A Quantitative, Correlational Study of Values and Leadership Styles of Veterinary Managers*. PhD Dissertation. USA: University of Phoenix.
- Grunert, S. C., & Juhl, H. J. (1995). Values, Environmental Attitudes, and Buying of Organic Foods. *Journal of Economic Psychology*, 16(1), 39-62. doi:10.1016/0167-4870(94)00034-8

- Gutman, J. (1982). A Means-End Chain Model Based on Consumer Categorization Processess, *Journal of Marketing*, 46(2), 60-72. doi: 10.2307/3203341
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. NY: Prentice Hall International.
- Hedlund, T. (2011). The impact of Values, Environmental Concern, and Willingness to Accept Economic Sacrifices to Protect the Environment on Tourists' Intentions to Buy Ecologically Sustainable Tourism Alternatives. *Tourism and Hospitality Research*, 11(4), 278-288.
- Işıldar, G. (2008). Meslek Yüksekokulları Boyutunda Çevre Eğitiminin Çevreci Yaklaşımlar ve Davranışlar Üzerindeki Etkilerinin Değerlendirilmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(4), 759-778.
- Kalafatis, S. P., Pollard, M., East, R., & Tsogas, M. H. (1999). Green Marketing and Ajzen's Theory of Planned Behaviour: A Cross-Market Examination. *Journal of Consumer Marketing*, 16(5), 441-460. doi: 10.1108/07363769910289550
- Kamakura, W. A., & Mazzon, J. A. (1991). Value Segmentation: A Model for the Measurement of Values and Value Systems. *Journal of Consumer Research*, 18(2), 208-218. doi: 10.1086/209253
- Karalar, R., & Kiracı, H. (2010). Bireysel Değerlerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, (2), 79-106.
- Karp, D. G. (1996). Values and Their Effect on Pro-Environmental Behavior. *Environment and Behavior*, 28(1), 111-133. doi: 10.1177/0013916596281006
- Ko, E., Hwang, Y. K., & Kim, E. Y. (2013). Green Marketing' Functions in Building Corporate Image in the Retail Setting. *Journal of Business Research*, 66(10), 1709-1715. doi: 10.1016/j.jbusres.2012.11.007
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management*. Prentice Hall International Inc.
- Krystallis, A., & Chryssohoidis, G. (2005). Consumers' Willingness to Pay for Organic Food: Factors that Affect it and Variation Per Organic Product Type. *British Food Journal*, 107(5), 320-343. doi: 10.1108/00070700510596901
- Kurtuluş, K. (1998). *Pazarlama Araştırmaları*. İstanbul: Avcıol Basım Yayım.
- Leiserowitz, A. A., Kates, R. W., & Parris, T. M. (2006). Sustainability Values, Attitudes, and Behaviors: A Review of Multinational and Global Trends. *Annual Review of Environment and Resources*, 31, 413-444. doi: 10.1146/annurev.energy.31.102505.133552
- Lin, P. C., & Huang, Y. H. (2012). The Influence Factors on Choice Behavior Regarding Green Products Based on the Theory of Consumption Values. *Journal of Cleaner Production*, 22(1), 11-18. doi: 10.1016/j.jclepro.2011.10.002

- Lindeman, M., & Verkasalo, M. (2005). Measuring Values with the Short Schwartz's Value Survey. *Journal of Personality Assessment*, 85(2), 170-178. doi: 10.1207/s15327752jpa8502_09
- Mostafa, M. M. (2007). A Hierarchical Analysis of the Green Consciousness of the Egyptian Consumer. *Psychology & Marketing*, 24(5), 445-473. doi: 10.1002/mar.20168.
- Mueller, S. (2011). *Are Personal Values Related to Sustainable Attribute Choice?*. PhD Dissertation. University of South Australia.
- Özdemir, Ö. (2013). *Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarında Kişisel Değerlerin rolü: Kadın Öğretim Elemanlarının Giysi Elden Çıkarma Davranışları Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Adana: Çukurova Üniversitesi.
- Ramos, A. (2006). Social Values Dynamics and Socio-Economic Development. *Portuguese Journal of Social Science*, 5(1), 35-64. doi: 10.1386/pjss.5.1.35/1
- Sam, N., Sam R., & Öngen B. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Çevresel Tutumlarının Yeni Çevresel Paradigma Ölçeği ve Benlik Saygısı Ölçeği ile İncelenmesi. *Akademik Bakış Dergisi*, 21, 1-16.
- Schultz, P. W., & Zelezny, L. (1999). Values as Predictors of Environmental Attitudes: Evidence for Consistency Across 14 Countries. *Journal of Environmental Psychology*, 19(3), 255-265. doi:10.1006/jev.1999.0129
- Schultz, P. W., Gouveia, V. V., Cameron, L. D., Tankha, G., Schmuck, P., & Franěk, M. (2005). Values and Their Relationship to Environmental Concern and Conservation Behavior. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 36(4), 457-75. doi: 10.1177/0022022105275962
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 1-65. doi: 10.1016/S0065-2601(08)60281-6
- Schwartz, S. H. (1994). Are There Universal Aspect in the Content and Structure of Valores. *Journal of Social Issues*, 50, 19-45. doi: 10.1111/j.1540-4560.1994.tb01196.x
- Şener, A., & Hazer, O. (2007). Değerlerin Kadınların Sürdürülebilir Tüketim Davranışları Üzerindeki Etkilerine İlişkin Bir Araştırma. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-dergisi*, 1-16. (Erişim: 10.10.2015), http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/Arzu_Sener_Oya_Hazer-20-6-2007.pdf
- Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991a). *Consumption Values and Market Choices-Theory and Application*. USA: South Western Publishing.
- Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991b). Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values. *Journal of Business Research*, 22(2), 159-170. doi:10.1016/0148-2963(91)90050-8

- Shim, S., & Eastlick, M. A. (1998). The Hierarchical Influence of Personal Values On Mall Shopping Attitude and Behavior. *Journal of Retailing*, 74(1), 139-160. doi:10.1016/S0022-4359(99)80091-8
- Stern, P. C., & Dietz, T. (1994). The Value Basis of Environmental Concern. *Journal of Social Issues*, 50(3), 65-84. doi: 10.1111/j.1540-4560.1994.tb02420.x
- Stern, P. C., Dietz, T., & Guagnano, G. A. (1998). A Brief Inventory of Values. *Educational and Psychological Measurement*, 58(6), 984-1001. doi: 10.1177/0013164498058006008
- Stern, P. C., Dietz, T., Abel, T. D., Guagnano, G. A., & Kalof, L. (1999). A Value-Belief-Norm Theory of Support for Social Movements: The Case of Environmentalism. *Human Ecology Review*, 6(2), 81-97.
- Suki, N. M., & Suki, N. M. (2015). Impact of Consumption Values on Consumer Environmental Concern Regarding Green Products: Comparing Light, Average, and Heavy Users'. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5, 82-97.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203-220. doi: 10.1016/S0022-4359(01)00041-0
- Thøgersen, J., & Grunert-Beckmann, S. C. (1997). Values and Attitude Formation Towards Emerging Attitude Objects: From Recycling to General, Waste Minimizing Behavior. *Advances in Consumer Research*, 24(1). 182-189
- Thøgersen, J., & Ölander, F. (2002). Human Values and The Emergence of a Sustainable Consumption Pattern: A Panel Study. *Journal of Economic Psychology*, 23(5), 605-630. doi: 10.1016/S0167-4870(02)00120-4
- Ünal, S., Deniz, A., & Can, P. (2008). Marka Bağlılığı ve Kişisel Değerler Açısından Pazar Bölümleme. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(1), 211-237.
- Xiao, G., & Kim, J. O. (2009). The Investigation of Chinese Consumer Values, Consumption Values, Life Satisfaction, And Consumption Behaviors. *Psychology & Marketing*, 26(7), 610-624. doi: 10.1002/mar.20291
- Yıldırım, S., & Candan, B. (2015). Segmentation of Green Product Buyers Based on Their Personal Values and Consumption Values. *Environmental Values*, 24(5), 641-661. <http://dx.doi.org/10.3197/096327115X14384223590212>

Bilimsel Araştırma Yöntemleri Dersinin Öğretmen Adaylarının Bilimsel Epistemolojik İnançları ve Bilimsel Araştırmalara Yönelik Tutumları Üzerindeki Etkisi^a

Nazım ÇOĞALTAY ^{1,b}

¹ Yrd. Doç. Dr., Muş Alparslan Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Eğitim Bilimleri Bölümü- Muş/Türkiye

Başvuru tarihi: 08 Ağustos 2016

Düzeltilme tarihi: 10 Ekim 2016

Kabul tarihi: 18 Ekim 2016

Öz

Bu çalışmada eğitim fakültelerinde okutulan ve zorunlu dersler arasında yer alan “bilimsel araştırma yöntemleri” dersinin öğretmen adaylarının bilimsel epistemolojik inançları ve bilimsel araştırmaya yönelik tutumları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmaya 2015-2016 eğitim-öğretim yılının ikinci döneminde Muş Alparslan Üniversitesinin sınıf öğretmenliği ve okul öncesi öğretmenliği anabilim dallarında öğrenim gören 135 öğretmen adayı katılmıştır. Araştırma deneysel desenlerden tek gruplu öntest-sontest modeline göre yapılandırılmıştır. Verilerin analizinde aritmetik ortalama, ilişkili gruplar t testi (paired t test) ve bağımsız gruplar t testi (independent t test) uygulanmıştır. Araştırmada öğretmen adaylarının aldıkları “bilimsel araştırma yöntemleri” dersinin bilimsel epistemolojik inançlarına istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığı saptanmıştır. Söz konusu dersin öğretmen adaylarının bilimsel araştırmalara yönelik tutumları üzerinde ise olumlu yönde etkisi ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler

Bilimsel Epistemolojik İnanç, Bilimsel Araştırmaya Yönelik Tutum, Pozitivizm, Post-Pozitivizm

^a Bu çalışma 12-14 Mayıs 2016 tarihinde Aydın/ Kuşadası'nda düzenlenen 11. Ulusal Eğitim Yönetimi Kongresinde bildiri olarak sunulmuştur.

^b Sorumlu Yazar/Corresponding Author: Muş Alparslan Üniversitesi Kampüsü, Eğitim Fakültesi, Diyarbakır Yolu 7. Km, 49250, Muş / Türkiye.
e-posta: n.cogaltay@alparslan.edu.tr

The Effect of the Methods of Scientific Research Course on Preservice Teachers' Scientific Epistemological Beliefs and Attitudes Towards Scientific Researches

Abstract

The purpose of the study is to determine the effect of methods of scientific research course which is taught in faculties of education on preservice teachers' scientific epistemological beliefs and attitudes towards scientific researches. The study was carried out at the Faculty of Education in Mus Alparslan University. Totally 135 teacher candidates constitute the sample of the research. The research design of the study was experimental type that included one group pre-test and post-test model. At the end of this research, it was determined that teacher candidates' level of attitude towards scientific researches changed positively after they took courses. However, it was determined that teacher candidates' scientific epistemological beliefs didn't change after they took courses.

Keywords

Scientific Epistemological Beliefs, Attitude Towards Scientific Research, Positivism, Post-Positivism

1. GİRİŞ

Öğretmenlik mesleğinin bir toplumun sosyal, kültürel ve ekonomik yönlerini doğrudan etkileyen bir uzmanlık alanı olması, öğretmen yetiştirme yeterliliğini bir ülkenin çözmesi gereken öncelikli problemleri arasına yerleştirmiştir. Değişimin ve gelişimin önemli düzeyde ivme kazandığı günümüzde sadece alan bilgisi iyi olan öğretmen anlayışı ihtiyaçlara cevap verememektedir. Etkili öğretmen, yeterli alan bilgisinin yanında, uygun öğretim strateji, yöntem ve tekniklerini öğrencilerin bireysel farklılık ve yeterliliklerine göre belirleyen, ölçmenin doğasını ve sınırlılıklarını bilerek değerlendirmesine olabildiğince objektiflik kazandıran, bilimin doğasına ilişkin farkındalığı olan, destekleyici sınıf yönetimi anlayışını merkeze alan ve eğitim sürecinin her aşamasında uygun rehberlik davranışlarını sergileyebilenidir (Dillon ve Muguire, 1998; Engin, 2012; Nunan, 2004). Özellikle eğitimin bir bilim olarak ortaya çıkmasıyla birlikte öğretmenlik mesleği daha da önem kazanmaya başlamış ve öğretmenlik mesleğinin yerine getirilebilmesinde adayların özel bilgi ve beceriler ile donatılması gerekliliği ortaya çıkmıştır (Erden, 1998).

Ülkemizde öğretmen yetiştirme sisteminin ilk kurumsal örneği, İstanbul'da 16 Mart 1848'de "sıbyan mektepleri" ve "rüştiyeler" in öğretmen ihtiyacını karşılamak üzere

kurulan “Darul Muallimin” dir. Daha sonraları 1868 yılında, sadece ilköğretime öğretmen yetiştirme misyonunu üstlenmiş olan “Darulmuallimin-i İptidaiye (ilk ve ortaokul)” kurulmuş, bu kuruma 1874 yılında “İdadi (lise)” bölümü de eklenerek öğretmen ihtiyacı karşılanmaya çalışılmıştır. Cumhuriyet öncesi dönemde söz konusu öğretmen yetiştirmek amacıyla kurulan okullarda okutulan derslerin daha çok alan dersleri ile ağırlıklı olduğu (Türkçe, cebir, tarih, coğrafya vb.), öğretmenlik meslek bilgisi derslerinden sadece usul-i tedrisiyeye (öğretim yöntemleri) yer verildiği görülmektedir. Cumhuriyetin ilan edilmesinin ardından öğretmen yetiştirmede değişik tip ve düzeyde eğitim kurumlarının (Ana muallim mektebi, köy öğretmen okulları, köy enstitüleri, gazi eğitim enstitüsü, Yüksek Öğretmen okulu vb.) 1982 yılındaki yasal değişikliğe kadar işe koşulduğunu görmek mümkündür (Akyüz, 2014; Ergün, 1987; Taşdemirci, 2010). 1982 yılında çıkarılan 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu’nda tüm öğretmen yetiştiren kurumların üniversitelere bağlanmasına karar verilmiştir. Bu tarihten itibaren ilkökul öğretmeni olacak adaylar eğitim yüksek okulları tarafından 2 yıllık bir eğitime tabi tutulmuş, bu süre daha sonra 4 yıla çıkarılmıştır. 1998 yılında eğitim fakülteleri Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK) tarafından yeniden yapılandırılmış ve öğretmen adaylarına okutulacak dersler ve içerikleri düzenlenmiştir (YÖK, 1998a; YÖK, 1998b). Son olarak yine YÖK’ün 2006 yılında yaptığı çalışmalar ile eğitim fakülteleri yeniden ele alınmış ve nihai olarak 2007 yılında eğitim fakültelerinde açılacak bölüm ve okutulacak derslere ilişkin düzenlemeye son hali verilmiştir. Bu son düzenlemede, öğretmen adaylarına verilen alan bilgisi, genel kültür ve öğretmenlik meslek bilgisi derslerinin ağırlıklarında değişikliğe gidilerek genel kültür derslerinin ağırlığının artırıldığı görülmektedir. Buna ilişkin genel kültür dersleri içerisinde yer alan “bilimsel araştırma yöntemleri” dersinin tüm öğretmenlik bölümlerinde okutulan zorunlu dersler arasına alındığı görülebilmektedir (YÖK, 2007). Bu 2 kredilik teorik ders ile öğretmen adaylarında bilimin temel kavramları (olgu, bilgi, evrensel bilgi vb.), bilimsel araştırmanın yapısı, bilimde kullanılan yöntemler, araştırma modeli, evren, örneklem, veri toplama teknikleri gibi konularda farkındalık yaratmak amaçlanmıştır. Ayrıca öğretmen adaylarının mesleki yaşamlarında bilimsel araştırmalar yaparak ya da yapanlara katkı sunarak bilimsel çalışmalara destek olmaları ve kendi sorunlarını çözerken bilimsel yöntemlerden yararlanabilmelerinin sağlanması da amaçlanmaktadır (Cafoğlu, 1998; Demircioğlu, 2006; Kılıç ve Acat, 2007).

Bilginin kaynağına ilişkin tartışmalar, insanlığın varoluş süreci kadar eskiye dayandırılabilir. Temel problem hangi kaynağın daha doğru bilgi sunduğuna ilişkindir. Bilginin mahiyeti, genel geçer bir önermenin nasıl oluşturulacağı, geçerli bir bilgiye ulaşmada hangi kaynağa başvurulacağı bilgi felsefesinin (epistemoloji) sorunudur. Bilim ve düşünce tarihi boyunca bu sorulara cevap vermeye çalışan iki ana yaklaşım olan pozitivist ve post-pozitivist tartışmalarda da bilginin kaynağına ilişkin anlaşmazlıklar ön plandadır (Pomeroy, 1993). Pozitivizm bir felsefedir ve sadece katı bilimsel yöntem aracılığıyla elde edilen bilginin geçerli olduğunu savunur. Bilginin tek kaynağının deney ve gözlem olduğunu savunan empirik bir bakış açısı söz konusudur. Bilimsel bilginin üretiminde araştırmacının öznal bakış açısının dışta tutulduğunu varsayarak tamamen objektif bir süreçte vurgu yapar (Cohen & Manion, 1994; Neuman, 2006). Pozitivizm rasyonalizm ve empirizmin bir sentezi olarak kabul edilebilir. Pozitivizmde açık olarak iddia edilmese de tek bir bilim mantığı vardır. Yapılan her araştırma şayet bu mantık ile uyumlu ise bilim olarak kabul edilir. Bu mantıkta genel anlamda fiziktir. Diğer tüm bilimlerin fizik bilimine indirgeme çabası pozitivizmin özündedir. Pozitivizmin mimarı

olarak kabul edilen Auguste Comte'nin sosyolojiyi "sosyal fizik" olarak isimlendirmesi pozitivistizmin bu indirgemeci anlayışını göstermektedir (Şimşek, 1997). Pozitivistizm, toplumsal olguların doğal olgulardan farklı olmadığını dolayısıyla ancak doğa bilimlerinde uygulanan yöntemlerle toplumsal olayların anlaşılabilceğini iddia etmektedir (Greenfield, 1986). Buna karşın post-pozitivist yaklaşım (yorumsamacı paradigma) özellikle sosyal bilimler açısından pozitivistizmin ilkelerini ve dayanaklarını sorgular ve eleştirir. Bu yaklaşım pozitivistizmin insan davranışlarını yeterli düzeyde açıklayamadığını ve içerdiği araştırma metodolojisine bağlı kalınarak yapılan araştırmaların güvenilir sonuçlar doğurmadığını iddia etmektedir (Şişman, 1998). Zira post-pozitivistizme göre sosyal dünya doğal bir gerçeklik olarak ele alınmaz. İnsan yaşamı doğadan farklı olarak yine insan tarafından kültürel olarak inşa edildiğinden, bu yaşamı düzenleyen kural ve yasalar evrensel mahiyette olmayıp kültürel ve semboliktir. Daha da açık ifade edilecek olursa sosyal bilimler yasa-bağımlı nedensel bir yaklaşımla değil; anlamaya dayalı yorumsamacı bir yaklaşımla anlaşılabilir veya açıklanabilir (Sunar, 2008). Geleneksel bilim anlayışı olarak ele alınabilecek pozitivistizm ve gelenek ötesi bir bakışa sahip post-pozitivistizm bilimdeki epistemolojik tartışmaların iki zıt kutbunu temsil etmektedir. Her ne kadar post-pozitivistler tarafından güçlü bir şekilde eleştirilene maruz kalsa da, pozitivist yaklaşımı esas alan deney ve gözleme dayalı bilimsel metodların doğa ve sosyal bilimlerde daha baskın olduğu görülebilmektedir (Şişman, 1998).

Bilimsel epistemolojik inanç, geçerli güvenilir bilimsel bilginin ne olduğu, nasıl üretildiği ve nasıl paylaşıldığına ilişkin kişinin felsefik bakış açısını yansıtır. (Deryakulu ve Bıkmaz, 2003). Bu bağlamda kişinin bilginin kaynağına ilişkin inancı, bilimsel bilgiyi nasıl üreteceğini de gösteren bir olgudur. Bilimsel metodolojide çok sayıda yaklaşım ve paradigmanın ortaya çıkması ile birlikte bilimsel epistemolojik inanca olan ilgi artmıştır (Pomeroy, 1993). Çünkü bilimsel epistemolojik inanç bireylerin bilimsel bilginin doğasına ilişkin öznel bakış açılarını yansıtmakta ve özellikle eğitimcilerin de oldukça ilgi gösterdiği bir değişken olarak karşımıza çıkmaktadır. Literatürde öğretmenlerin ve öğrencilerin bilimsel epistemolojik inançları ile buna ilişkin bazı değişkenlerin araştırıldığı çalışmalara rastlamak mümkündür (Hammer, 1995; Pomeroy, 1993; Tsai, 1998; 1999). Bilimsel araştırmalara yönelik tutum ise, bireyin bir bilimsel araştırmada yer alıp almayacağına veya katkı sağlayıp sağlamayacağına ilişkin davranışlarını yansıtmaktadır (Korkmaz vd., 2011). Bilimsel yöntemlerle araştırma ve problemlere çözüm üretme kültürünün öğrencilere ve topluma yayılmasında en önemli role sahip öğretmenlerin bilimsel araştırmalara ve araştırmacılara yönelik olumlu tutum içerisinde olmaları önem arz etmektedir. Araştırma, sorgulama, gözlem ve deney yapma gibi tutum ve davranışlar bilgi toplumunun belirgin özellikleri arasındadır. Bu anlamda günümüz insanına bilimsel düşünce becerilerinin kazandırılmasında en önemli sorumluluk şüphesiz eğitim kurumlarına düşmektedir. Bu araştırmanın temel amacı ise eğitim fakültelerinde okutulan bilimsel araştırma yöntemleri dersinin etkililiğini test etmektir. Söz konusu amaca ulaşmak için aşağıdaki sorulara yanıtlar aranmıştır:

- (i) Öğretmen adaylarının bilimsel epistemolojik inançları hangi düzeydedir?
- (ii) Öğretmen adaylarının bilimsel araştırmalara yönelik tutumları hangi düzeydedir?

- (iii) Bilimsel araştırma yöntemleri dersinin öğretmen adaylarının bilimsel epistemolojik inançlarına ve bilimsel araştırmalara yönelik tutumlarına etkisi nedir?
- (iv) Öğretmen adaylarının bilimsel epistemolojik inanç düzeyleri ile bilimsel araştırmalara yönelik tutum düzeyleri uygulama öncesinde ve sonrasında:
- Cinsiyete
 - Lisedeki mezun oldukları alana
 - Branşlarına göre anlamlı farklılık göstermekte midir?

2. MODEL, VERİSETİ VE YÖNTEM

2.1. Yöntem

Bu araştırma, eğitim fakültesinde okuyan öğretmen adaylarının aldıkları bilimsel araştırma yöntemleri dersinin etkililiğini test etmektedir. Bunun için bu araştırma deseni; deneme öncesi (pre-experimental) desenlerden tek gruplu ön-test-son-test modeline göre yapılandırılmıştır. Tek grup ön-test-son-test modelinde, gelişigüzel seçilmiş bir gruba bağımsız değişken uygulanır. Hem deney öncesi (ön-test) hem de deney sonrası (son-test) ölçmeler yapılır. Elde edilen ölçümler arasındaki farkın ön-test ile son-test arasında yapılan uygulamadan kaynaklandığı kabul edilir (Neuman, 2006). Modelin simgesel görünümü aşağıdaki gibidir:

$$G_1 \quad O_{1.1} \quad X \quad O_{1.2}$$

G_1 : Araştırma grubu, $O_{1.1}$: Uygulama öncesi ölçme (Ön-test), X : Uygulama (Bağımsız değişken) $O_{1.2}$: Uygulama sonrası ölçme (Son-test).

Modelde $O_{1.1}$ ile $O_{1.2}$ arasındaki farkın X uygulamasından kaynaklandığı kabul edilir ve bağımsız değişken olan X 'in etkisi olarak yorumlanır. Bu araştırmada, bilimsel araştırma yöntemleri dersinin öğretmen adaylarının bilimsel epistemolojik inançları ve bilimsel araştırmalara yönelik tutumları üzerindeki etkisini test etmek amacıyla ders dönemi başında 135 öğrenciye “bilimsel epistemolojik inançlar ölçeği” ve “bilimsel araştırmaya yönelik tutum ölçeği” uygulanmıştır. Öğretmen adaylarına haftada 2 saat olmak üzere 12 hafta boyunca toplam 24 saat eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri dersi verilmiştir. Eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri dersi YÖK’ün belirlemiş olduğu içerik doğrultusunda yapılandırılmıştır. Ders döneminin sonunda aynı ölçekler öğrencilere son test olarak uygulanmış ve iki ölçme sonucunda elde edilen puanlar arasındaki fark incelenmiştir.

2.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubu, Muş Alparslan Üniversitesi Eğitim Fakültesinin 2015-2016 eğitim-öğretim yılının ikinci döneminde okul öncesi ve sınıf öğretmenliği bölümünde okuyan 135 öğrenciden oluşmuştur. Çalışma grubu Şubat-Mayıs ayları arasında toplam 12 haftalık bir dönemde bilimsel araştırma yöntemleri dersine katılan öğrencilerdir.

Aşağıdaki tabloda çalışma grubunun demografik özelliklerine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 1. Çalışma Grubuna İlişkin Demografik Özellikler

	Değişkenler	N	%
Cinsiyet	Erkek	37	27.4
	Kadın	98	72.6
Bölüm	Sınıf Öğretmenliği	87	64.4
	Okul Öncesi Öğretmenliği	48	35.6
Mezun Olunan Alan	Sözel	9	6.7
	Sayısal	2	1.5
	Eşit Ağırlık	124	91.9

Tablo 1’de görüleceği üzere, araştırmada yer alan öğretmen adayları daha çok kadın (% 72.6) ve ağırlıklı olarak sınıf öğretmenliği bölümünden (% 64.4) okuyan adaylardan oluşmuştur. Öğretmen adaylarının lisedeyken daha çok eşit ağırlık alanı (% 91.9) mezunu oldukları görülebilmektedir.

2.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak, Pomeroy (1993) tarafından geliştirilen ve Deryakulu ve Bıkmaz (2003) tarafından uyarlanan *Bilimsel Epistemolojik İnançlar Ölçeği* (Scientific Epistemological Beliefs Survey) ve Korkmaz vd. (2011) tarafından geliştirilen *Bilimsel Araştırmaya Yönelik Tutum Ölçeği* kullanılmıştır. Bilimsel Epistemolojik İnançlar ölçeği beşli likert tipi maddelerden oluşan 30 maddelik bir ölçektir. Bu ölçek temelde bireylerin bilim anlayışlarını gösteren iki uçlu bir yapıdadır. Ölçekte yer alan 30 maddenin geleneksel bilim anlayışını yansıtan 22 maddesi olumlu (+), geleneksel olmayan bilim anlayışını yansıtan 8 maddenin ise olumsuz (-) yönde kodlanmaktadır. Ölçeğin toplamından alınan puanın yüksek olması geleneksel bilim anlayışına sahip olduğunu, düşük olması ise geleneksel olmayan bilim anlayışına sahip olduğunu göstermektedir. Geleneksel bilim anlayışı deneyci-pozitivist paradigmayı geleneksel olmayan bilim anlayışı ise yapılandırmacı-postmodern paradigmayı temsil etmektedir. Uyarlama çalışmasında söz konusu ölçeğin güvenilirliğini belirlemek üzere madde analizine dayalı olarak hesaplanan Cronbach Alpha içtutarlılık katsayısı 0.91 olarak hesaplanmıştır (Deryakulu ve Bıkmaz, 2003). Çalışmamızda ise söz konusu Cronbach Alpha içtutarlılık katsayısı 0.89 olarak hesaplanmıştır.

Bilimsel Araştırmalara Yönelik Tutum ölçeği alanyazında bilimsel araştırmalara yönelik tutumları ölçmeyi amaçlayan farklı ölçeklerden (Elena, 2005; Walker, 2010) yararlanılarak geliştirilmiş beşli likert tipi bir ölçek olup dört faktör altında toplanabilen 30 maddeden oluşmaktadır. Elde edilen puanların yükselmesi birinci (Araştırmacılara Yardımcı Olmaya İsteksizlik) ve ikinci (Araştırmalara Yönelik Olumsuz Tutum) faktörler için olumsuz tutumun arttığını, üçüncü (Araştırmalara Yönelik Olumlu Tutum) ve dördüncü (Araştırmacılara Yönelik Olumlu Tutum) faktörlerde ise olumlu tutumun arttığını göstermektedir. İlk iki faktörler son iki faktörler birbirlerine ters orantılıdır. Birinci ve ikinci faktörde yer alan maddelerin tamamı olumsuz ifadelerdir. Üçüncü ve

dördüncü faktörlerde yer alan ifadeler ise olumludur. Dolayısıyla ilk iki faktörden elde edilen yüksek puanlar olumsuzluğu, üçüncü ve dördüncü faktörlerdeki yüksek puanlar ise olumluluğu ifade etmektedir. Bu ters orantıdan dolayı ölçeğin bütünü için bir toplam puanın hesap edilmesi anlamlı olmayıp, faktörler üzerinde ayrı ayrı işlem yapılmasını gerekli kılmaktadır. İlgili ölçeğin boyutlarına ilişkin Cronbach Alpha içtutarlılık katsayısı 0.76 ile 0.85 arasında hesaplanmıştır (Korkmaz vd., 2011). Çalışmamızda ise söz konusu ölçeğin boyutları açısından Cronbach Alpha içtutarlılık katsayısı 0.78 ile 0.87 arasında değiştiği tespit edilmiştir.

2.4. Verilerin Analizi

Bu araştırmada, bilimsel araştırma yöntemleri dersini alan öğretmen adaylarının her iki ölçeğin genelinde ve alt boyutlarında ön-test ve son-test puanlarının farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla ilişkili gruplar *t*-testinin (paired *t*-test) uygulanmasının doğru analiz yöntemi olduğuna karar verilmiştir (Brace, Kemp & Snelgar, 2003). Ayrıca bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etki büyüklüğünü anlamak için etki büyüklük katsayısı olan (*d*) hesaplanmıştır. Diğer taraftan ön-testte ve son-testte ölçeğin genelinde ve alt boyutlarında öğretmen adaylarının bilimsel epistemolojik inançları ve bilimsel araştırmalara yönelik tutumları cinsiyet, mezun oldukları lise alan türü ve okudukları bölüm değişkenleri açısından farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla bağımsız gruplar *t*-testi (independent *t*-test) uygulanmıştır.

2.5. Dersin Yapısı

Bu çalışma Muş Alparslan Üniversitesi Eğitim Fakültesinde 2015-2016 eğitim-öğretim yılı bahar yarıyılında toplam 12 haftalık ders döneminde bilimsel araştırma yöntemleri dersine katılan öğrencilerle gerçekleştirilmiştir. İlk derste araştırmacı tarafından araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılmaya karar verilen her iki ölçek de öğrencilere ön-test olarak uygulanmıştır. Daha sonra dönem boyunca öğretim üyesi olan araştırmacı tarafından bilimsel araştırma dersi kapsamındaki konular anlatılmıştır. Ders dönemi içerisinde dönem sonunda teslim edilmek üzere tüm öğrencilerden biri nicel araştırma yaklaşımına dayalı diğeri nitel araştırma yaklaşımına dayalı olma zorunluluğunda iki adet bilimsel makale ve bir lisansüstü tez incelettirilmiştir. Tüm öğrenciler inceledikleri bilimsel araştırmaların inceleme raporlarını araştırmacıya teslim etmişlerdir. Ayrıca tüm öğrencilerden eğitim ile ilgili bir problem durumunu belirleyerek bu problemin çözümünde bilimsel araştırma yöntemlerinden yararlanarak nasıl çözüm getirebileceklerine ilişkin bir rapor hazırlamaları da istenmiştir. Böylelikle ilgili ders sadece teorik bilgi aktarımından ibaret bırakılmamış, öğrencilerin araştırma-incelemelerine olanak sağlayacak şekilde yapılandırılmıştır. Dönem sonunda ön-test grubunda yer alan aynı öğrencilere her iki ölçek son-test olarak uygulanmıştır. Katılımcıların hepsinde gönüllülük esas alınmış, araştırmaya katılmak istemeyen öğrencilere hiçbir şekilde müdahale edilmemiştir.

2.6. Bulgular

12 hafta süren ders dönemi sonunda öğrencilerden elde edilen ön-test ve son-test verilerinin uygun analiz sonuçları tablo 2’de verildi. Tablo 2’de görüldüğü üzere, öğretmen adaylarının bilimsel epistemolojik inançlar ölçeğinden aldıkları ön-test ve son-test puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık yoktur ($t_{(134)} = -.49, p>.05$). Öğretmen adaylarının bilimsel araştırma yöntemleri dersinden önceki ve sonraki bilimsel epistemolojik inançları arasında herhangi bir farklılığın olmadığı görülebilmektedir. Bilimsel araştırma yöntemleri dersinin öğretmen adaylarının epistemolojik inançları üzerindeki etkisi çok düşüktür ($d=.04$). Ölçeğin toplamından alınan puanın artması geleneksel/pozitivist bilim anlayışını yansıttığı göz önüne alındığında, öğretmen adaylarının uygulama öncesinde de ($X= 3.47$) sonrasında da ($X= 3.49$) geleneksel/pozitivist bilimsel inanca sahip oldukları görülebilmektedir.

Öğretmen adaylarının bilimsel araştırmalara yönelik tutum ölçeğine verdikleri yanıtların analizinde, söz konusu ölçeğin 1. boyutu olan “araştırmacılara yardımcı olmaya isteksizlik” boyutuna verdikleri ön-test ve son-test puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görüldü ($t_{(134)} = .73, p>.05$). Bununla birlikte katılımcıların ilgili ölçeğin 2. boyutu olan “araştırmalara yönelik olumsuz tutum” boyutuna verdikleri ön-test ve son-test puanları arasında da istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görüldü ($t_{(134)} = 1.62, p>.05$). 3. Boyut olan “Araştırmalara yönelik olumlu tutum” boyutu açısından ise ön-test ve son-test puanları arasındaki farkın son test lehine istatistiksel olarak anlamlı olduğu anlaşıldı ($t_{(134)} = -5.45, p<.01$). Bu bulgu, öğretmen adaylarının bilimsel araştırma yöntemleri dersini gördükten sonra bilimsel araştırmaları daha fazla önemseme, bilimsel araştırma raporlarını okumaktan zevk alma, fırsatı yakaladığında bilimsel araştırma yapmayı isteme gibi bilimsel araştırmalara yönelik olumlu tutumlarında önemli düzeyde gelişme kaydettikleri anlaşılmaktadır. Etki düzeyi sınıflaması bakımından değerlendirildiğinde, bu dersin ilgili boyut üzerin orta düzeyde ($d=.47$) (Green & Salking, 2005) bir etkisinin olduğu görülebilmektedir. BATÖ’nün 4. Boyutu olan “Araştırmacılara yönelik olumlu tutum” boyutu açısından da ön-test ve son-test puanları arasındaki farkın son test lehine istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($t_{(134)} = -2.62, p<.01$). Bu bulgu, öğretmen adaylarının uygulama sonrasında bilim insanlarının daha nitelikli, evrensel düşünebilen, objektif ve ahlaki sorumluluğu yüksek bireyler olarak evreni anlamaya ve açıklamaya çalışan saygın bireyler olduğuna inanma gibi araştırmacılara yönelik tutumlarında önemli düzeyde olumlu bir artışın olduğu anlaşılmaktadır. Bilimsel araştırma yöntemleri dersinin ölçeğin 4. boyutu üzerinde de orta düzeyde ($d=.23$) bir etkiye sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Öğretmen Adaylarının Ön-Test ve Son-Test Puanlarının İlişkili Gruplar t Testi Sonuçları

Bağımlı Değişken	Gruplar	N	X	ss	sd	t	p	d
Bilimsel Epistemolojik İnançlar Ölçeği	Ön-test	135	3.47	.26	134	-.49	.61	.04
	Son-test		3.49	.30				
Bilimsel Araştırmalara Yönelik Tutum- 1. Boyut	Ön-test	135	2.19	.90	134	.73	.46	.06
	Son-test		2.12	.95				
Bilimsel Araştırmalara Yönelik Tutum- 2. Boyut	Ön-test	135	1.83	.68	134	1.62	.10	.14
	Son-test		1.72	.67				
Bilimsel Araştırmalara Yönelik Tutum- 3. Boyut	Ön-test	135	3.21	.87	134	-	5.45	.00*
	Son-test		3.68	.98				
Bilimsel Araştırmalara Yönelik Tutum- 4. Boyut	Ön-test	135	3.96	.85	134	-	2.62	.01*
	Son-test		4.18	.80				

Tablo 3'te öğretmen adaylarının her iki ölçüğe verdikleri puanın cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bağımsız gruplar t testi sonuçları verilmiştir. Bulgular, hem ön-test hemde son-test açısından kız öğretmen adayları ile erkek öğretmen adaylarının “bilimsel epistemolojik inançları” ve “bilimsel araştırmalara yönelik tutumları”nın (tüm boyutlarda) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık oluşturmadığını göstermiştir.

Tablo 3. Öğretmen Adaylarının Cinsiyete Göre Bilimsel Epistemolojik İnançları ve Bilimsel Araştırmalara Yönelik Tutumları

Bağımlı Değişken	Gruplar	Cinsiyet	N	X	ss	sd	T	p
Bilimsel Epistemolojik İnançlar Ölçeği	Ön-test	Erkek	37	3.43	.27	133	-.91	.36
		Kız	98	3.49	.30			
	Son-test	Erkek	37	3.78	.96	133	.71	.43
		Kız	98	3.65	.89			
Bilimsel Araştırmalara Yönelik Tutum- 1. Boyut	Ön-test	Erkek	37	2.40	.91	133	1.64	.10
		Kız	98	2.11	.89			
	Son-test	Erkek	37	2.20	.93	133	.63	.52
		Kız	98	2.09	.96			
Bilimsel Araştırmalara Yönelik Tutum- 2. Boyut	Ön-test	Erkek	37	1.90	.60	133	.70	.48
		Kız	98	1.81	.71			
	Son-test	Erkek	37	1.87	.74	133	1.56	.12
		Kız	98	1.67	.64			
Bilimsel Araştırmalara Yönelik Tutum- 3. Boyut	Ön-test	Erkek	37	3.18	.88	133	-.21	.82
		Kız	98	3.22	.87			
	Son-test	Erkek	37	3.78	.93	133	.72	.46
		Kız	98	3.65	.99			
Bilimsel Araştırmalara Yönelik Tutum- 4. Boyut	Ön-test	Erkek	37	3.90	.84	133	-.54	.58
		Kız	98	3.99	.86			
	Son-test	Erkek	37	4.10	.78	133	-.67	.50
		Kız	98	4.21	.81			

Tablo 4'te öğretmen adaylarının her iki ölçüğe verdikleri puanın okudukları bölüme göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bağımsız gruplar t testi sonuçları verilmiştir. Bulgular, hem ön-test hem de son-test açısından sınıf öğretmeni adayları ile okul öncesi

öğretmen adaylarının “bilimsel epistemolojik inançları” ve “bilimsel araştırmalara yönelik tutumları”nın (tüm boyutlarda) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık oluşturmadığını göstermiştir.

Tablo 4. Öğretmen Adaylarının Okudukları Branşa Göre Bilimsel Epistemolojik İnançları ve Bilimsel Araştırmalara Yönelik Tutumları

Bağımlı Değişken	Gruplar	Bölüm	N	X	ss	sd	T	p
Bilimsel Epistemolojik İnançlar Ölçeği	Ön-test	Okul Öncesi	48	3.41	.38	133	-	.14
		Sınıf	87	3.50	.24			
	Son-test	Okul Öncesi	48	3.49	.33	133	.20	.83
		Sınıf	87	3.48	.22			
Bilimsel Araştırmalara Yönelik Tutum- 1. Boyut	Ön-test	Okul Öncesi	48	2.27	.96	133	.79	.42
		Sınıf	87	2.14	.86			
	Son-test	Okul Öncesi	48	2.21	.95	133	.82	.41
		Sınıf	87	2.07	.95			
Bilimsel Araştırmalara Yönelik Tutum- 2. Boyut	Ön-test	Okul Öncesi	48	1.95	.95	133	1.48	.14
		Sınıf	87	1.77	.47			
	Son-test	Okul Öncesi	48	1.77	.81	133	.52	.59
		Sınıf	87	1.70	.59			
Bilimsel Araştırmalara Yönelik Tutum- 3. Boyut	Ön-test	Okul Öncesi	48	3.40	.82	133	1.87	.06
		Sınıf	87	3.11	.89			
	Son-test	Okul Öncesi	48	3.69	.90	133	.10	.91
		Sınıf	87	3.68	1.02			
Bilimsel Araştırmalara Yönelik Tutum- 4. Boyut	Ön-test	Okul Öncesi	48	3.87	.99	133	-.92	.35
		Sınıf	87	4.01	.76			
	Son-test	Okul Öncesi	48	4.20	.80	133	.22	.82
		Sınıf	87	4.17	.81			

Tablo 5’te öğretmen adaylarının her iki ölçeğe verdikleri puanın liseden mezun oldukları alana göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bağımsız gruplar t testi sonuçları verilmiştir. Bulgular, hem ön-test hem de son-test açısından eşit ağırlık (EA) ve sözel alan mezunlarının “bilimsel epistemolojik inançları” ve “bilimsel araştırmalara yönelik tutumları”nın (tüm boyutlarda) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık oluşturmadığını göstermiştir.

Tablo 5. Öğretmen Adaylarının Okudukları Mezun Oldukları Alana Göre Bilimsel Epistemolojik İnançları ve Bilimsel Araştırmalara Yönelik Tutumları

Bağımlı Değişken	Gruplar	Bölüm	N	X	ss	sd	t	p
Bilimsel Epistemolojik İnançlar Ölçeği	Ön-test	Sayısal	9	3.50	.31	131	.20	.83
		EA	124	3.47	.30			
	Son-test	Sayısal	9	3.53	.24	131	.51	.60
		EA	124	3.48	.26			
Bilimsel Araştırmalara Yönelik Tutum- 1. Boyut	Ön-test	Sayısal	9	2.13	.72	131	-.15	.87
		EA	124	2.18	.91			
	Son-test	Sayısal	9	1.93	.96	131	-2.19	.15
		EA	124	1.76	.46			
Bilimsel Araştırmalara Yönelik Tutum- 2. Boyut	Ön-test	Sayısal	9	1.48	.46	131	-1.61	.10
		EA	124	1.86	.70			
	Son-test	Sayısal	9	1.44	.56	131	-1.32	.18
		EA	124	1.75	.68			
Bilimsel Araştırmalara Yönelik Tutum- 3. Boyut	Ön-test	Sayısal	9	3.42	.91	131	.77	.44
		EA	124	3.19	.88			
	Son-test	Sayısal	9	3.84	1.12	131	.49	.61
		EA	124	3.67	.96			
Bilimsel Araştırmalara Yönelik Tutum- 4. Boyut	Ön-test	Sayısal	9	4.27	.56	131	1.09	.27
		EA	124	3.95	.85			
	Son-test	Sayısal	9	4.48	.70	131	1.16	.24
		EA	124	4.16	.78			

3. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Türkiye’de öğretmen yetiştirme sorumluluğunu üstlenen YÖK, 2007 yılından itibaren eğitim fakültelerinin tüm bölümlerinde “bilimsel araştırma yöntemleri” dersini 2 kredilik zorunlu dersler arasına almıştır. Bu dersin içeriği ve kapsamı dikkate alındığında temel amacının öğretmen adaylarını bilimin temel kavramları hakkında bilgilendirerek bilimin kabul ettiği yöntemlere vakıf, bir problemin çözümünde bilimden yararlanabilen ve bilimsel çalışmaları anlayıp yorumlayabilen bireyler olarak yetiştirmek olduğu anlaşılabilir. Özetle bu ders “araştırmacı öğretmenlerin” (Tomakin, 2007) yetiştirilmesine katkıda bulunmak üzere yapılandırılmış ve müfredata eklenmiş bir ders olarak görülebilir. Bilimden ve bilimsel araştırma yöntemlerinden anlayan ve aynı zamanda kendi öğrencilerine bir problemin çözümünde bilimsel yöntemlerden nasıl yararlanabilecekleri konusunda rehberlik yapma sorumluluğunu üstlenen öğretmen adaylarına okutulan bu dersin etkililiği konusunda araştırmaların yapılması gerekliliği dikkate alındığında; bu araştırmada elde edilen bulguların alana getireceği katkıların göz ardı edilemeyeceği düşünülebilir. Eğitim fakültelerinde öğretmenlik meslek bilgisi dersi olarak okutulan tüm derslerin ortak amacı nitelikli ve donanımlı öğretmenler yetiştirmektir. Bu anlamda literatürde eğitim fakültesinde okutulan derslerin etkililiğini konu alan araştırmalara rastlamak mümkündür (Çoğaltay, 2015; Ekici, 2008; Tomakin, 2007).

Araştırmada elde edilen bulgular, öğretmen adaylarının bilimsel epistemolojik inançlarının bilimsel araştırma yöntemleri dersini almaları ile herhangi bir değişikliğe

uğramadığını, bu dersin öğretmen adaylarının epistemolojik inançları üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığını göstermektedir. Öğretmen adaylarının bu dersi almadan önceki ön-test sonucu bilimsel epistemolojik inanç düzeyi $X=3.47$ iken, bu dersi aldıktan sonraki son-test düzeyi $X= 3.49$ 'dır. Bilimsel epistemolojik inançlar ölçeğinden alınan hem ön-test hem de son-test puanları öğretmen adaylarının “geleneksel/pozitivist bilim anlayışına” sahip olduklarını göstermektedir. Bu bulgu öğretmen adaylarının, geçerli ve güvenilir bilgi üretmenin pozitivist bakış açısıyla ve onun gerekliliklerini karşılayan bilimsel metodoloji aracılığıyla üretilebileceğine inandıklarını göstermektedir. Araştırmada elde edilen bu bulgu literatürce desteklenmektedir. Pomeroy (1993), farklı disiplinlerde çalışan bilim adamlarının, öğretmenlerin ve öğrencilerin daha çok geleneksel/pozitivist bilim anlayışını benimsediklerini tespit etmiştir.

Öğretmen adaylarının hem ön-test hem de son test sonuçlarına göre geleneksel bilim anlayışına sahip olmalarını iki açıdan değerlendirmek mümkündür. Birincisi, Türk eğitim sistemi içerisinde tüm öğretim kademelerinde geleneksel bilim anlayışının hâkim olması ve öğrencilere sadece deney ve gözleme dayalı nicel bilgilerin doğru ve güvenilir olduğu bakış açısının kazandırılmaya çalışılmasıyla ve aynı zamanda her alanda (tıpta, fizikte, coğrafyada vb.) baskın olarak görülen pozitivist paradigmanın bilimsel bilginin üretimindeki tek geçerli yol olduğu şeklindeki yaratılan algının etkisiyle, kolaylıkla kırılmayacak düzeyde katı geleneksel/pozitivist epistemolojik inanca sahip bireyler yetişmiştir. Bu katı inanç lisans düzeyinde okutulan bir dersten etkilenmemiştir. İkincisi ise, eğitim fakültelerinde okutulan bilimsel araştırma yöntemleri dersinin içeriği ve süresi öğretmen adaylarının bilimsel epistemolojik inançlarını sorgulayabilmesine imkân yaratacak bir etkililikte olmayışıdır. Söz konusu dersin bir dönemlik ve 2 kredilik bir ders olduğu dikkate alındığında, birçok kolay anlaşılamayan veya karmaşık kavramları barındıran bilim ve bilimsel araştırma yöntemleri gibi bir alanın öğretmen adayları tarafından kısa bir süre içerisinde anlaşılması ve eleştirel bir bakışla gözden geçirilerek analiz edilmesinin çok da kolay olamayacağı anlaşılabilir. Dersin içeriği dikkate alındığında, ders kapsamının büyük çoğunluğunu geleneksel bilim anlayışını yansıtan nicel yöntemlerin veya kavramların oluşturduğu görülebilmektedir. Bu durum zaten o güne kadarki sahip olunan bilimsel epistemolojik inancı olumlu veya olumsuz yönde etkilememiştir. Her ne kadar derste her iki bilim anlayışının (geleneksel ve geleneksel ötesi) temel dayanakları ve yöntemlerinin özellikleri açıklanmışsa da; öğretmen adayları daha çok nicel araştırma yöntemlerini benimsemişlerdir. Dersin gereği olarak öğretmen adaylarından istenilen eğitimle ilgili bir problem durumuna bilimsel araştırma yöntemlerine uygun bir şekilde çözüm önerisinin geliştirilmesine ilişkin raporlar incelendiğinde, 135 öğrenciden 117'sinin nicel araştırma yöntemlerinden yararlandığı (deneysel desen, tarama modeli, anket, daha çok sayısal istatistikî veriler vb.), geri kalan 18 öğrencinin ise nitel araştırma yöntemlerinden yararlandıkları (görüşme, mülakat, yerinde gözlem vb.) gözlemlendi. Bu tespit araştırmada kullanılan ölçeğin katılımcı öğretmen adaylarının epistemolojik inançlarını doğru şekilde yansıttığını da göstermektedir. Ayrıca araştırmada belirlenen bağımsız değişkenler açısından (cinsiyet, branş ve lisedeki mezun olunan alan) öğretmen adaylarının ön-test ve son-test sonuçlarında herhangi istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmaması da dikkat çekicidir. Bu durum geleneksel bilimsel epistemolojik inancın güçlü bir şekilde eğitim sistemimizin içerisinde olduğunu ve cinsiyet, alan ve bölüm gibi demografik değişkenlerin bu inancı etkilemediğini göstermektedir.

Araştırmanın diğer bağımlı değişkeni öğretmen adaylarının bilimsel araştırmalara yönelik tutumlarıdır. Bu değişkenin ölçülmesinde kullanılan bilimsel araştırmalara yönelik tutum ölçeği 4 boyutlu bir yapıda olduğundan her bir boyuta ilişkin yapılan analiz sonuçları incelendiğinde, öğretmen adaylarının ölçeğin “araştırmacılara yardımcı olmaya isteksizlik” ve “araştırmalara yönelik olumsuz tutum” boyutları açısından ön-test ve son-test puanları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı anlaşılmıştır. Bu bulgu öğretmen adaylarının bilimsel araştırmalara yönelik olumsuz tutumlarını yansıtan bu iki boyut açısından bir dönemlik ilgili dersin herhangi bir etkisinin olmadığını göstermiştir. Öğretmen adaylarının “araştırmacılara yardımcı olmaya isteksizlik” boyutundaki ön-test ($X=2.19$) ve son-test ($X=2.12$) sonuçları ile “araştırmalara yönelik olumsuz tutum” boyutundaki ön-test ($X=1.83$) ve son-test ($X=1.72$) sonuçları öğretmen adaylarının hem uygulama öncesinde hem de uygulama sonrasında bilimsel araştırmalara yönelik olumsuz tutum içinde olmadıklarını göstermektedir. Bu bulgu, ilgili dersin öğretmen adaylarında bilimsel araştırmalara yönelik olumsuz tutum gelişimine yol açmadığını göstermesi bakımından önemlidir. Araştırmadaki diğer bulgu, öğretmen adaylarının ölçeğin “araştırmalara yönelik olumlu tutum” ve “araştırmacılara yönelik olumlu tutum” boyutları açısından ön-test ve son-test puanları arasında son-test lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğunu gösterdi. Bu bulgu, öğretmen adaylarının uygulama sonrasında bilimsel araştırmalara yönelik olumlu tutum düzeylerinde pozitif yönlü bir değişimin olduğunu gösterdi. Öğretmen adaylarının “araştırmalara yönelik olumlu tutum” boyutundaki ön-test ($X=3.21$) ve son-test ($X=3.68$) sonuçları ile “araştırmacılara yönelik olumlu tutum” boyutundaki ön-test ($X=3.96$) ve son-test ($X=4.18$) sonuçları öğretmen adaylarının bilimsel araştırmalara yönelik olumlu tutumlarının uygulama sonrasında arttığını göstermektedir. Bu bulgular ilgili dersi gören öğretmen adaylarının dönem sonunda bilimsel araştırmaları daha fazla önemsemeye başladıklarını, araştırma raporlarını okumaktan daha fazla hoşlanmaya başladıklarını, fırsat verildiğinde bilimsel araştırma yapmaya daha istekli olmaya başladıklarını, bilim insanlarının daha nitelikli, evrensel düşünebilen, objektif ve ahlaki sorumluluğu yüksek bireyler olarak evreni anlamaya ve açıklamaya çalışan saygın bireyler olduğuna daha fazla inanmaya başladıklarını göstermektedir. Öğretmen tutum ve davranışlarının öğrencilere kazandırılacak hedef ve davranışlarda önemli rol oynadığı değerlendirildiğinde (Kılıç ve Acat, 2007; Tekbıyık ve İpek, 2007), araştırmamızda elde edilen bulguların YÖK’ün 2007 yılından itibaren bilimsel araştırma yöntemleri dersini eğitim fakültelerindeki tüm bölümlerde zorunlu dersler arasına almasının isabetli bir karar olmasını göstermesi bakımından da önem arz etmektedir. Araştırmada belirlenen bağımsız değişkenler açısından (cinsiyet, branş ve lisedeki mezun olunan alan) öğretmen adaylarının ön-test ve son-test sonuçlarında herhangi istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa rastlanılmamıştır. Elde edilen bulgular ışığında aşağıdaki önerilerde bulunulabilir:

- (i) Eğitim fakültelerinde zorunlu dersler arasında yer alan bir dönemlik ve 2 kredilik “bilimsel araştırma yöntemleri dersi” kredi ve süre bakımından uzatılmalıdır.
- (ii) Bilimsel araştırma yöntemleri dersinin içeriği yeniden yapılandırılarak bilimdeki geleneksel ötesi paradigmanın (post-pozitivist) temellerini de yansıtacak yeterliliğe kavuşturulmalıdır.

- (iii) Öğretmen adaylarının bilimsel epistemolojik inançlarını ve bilimsel araştırmalara yönelik tutumlarını etkileyen diğer faktörlerle ilgili araştırmalar yapılabilir.

Benzer çalışmalar farklı branşlardaki öğretmen adayları ile yapılarak sonuçların karşılaştırılmasına olanak sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- Akyüz, Y. (2014). *Türk Eğitim Tarihi: M.Ö. 1000- M.S. 2014*. Ankara: Pegem Akademi.
- Cafoğlu, Z. (1998). Eğitimde Küresel Kimlik. *Yeni Türkiye Dergisi* 21. Yüzyıl Özel Sayısı. 4(19), 837-844.
- Cohen, L., & Manion, L. (1994). *Research Methods in Education*. London: Roudledge.
- Çoğaltay, N. (2015). Eğitim Fakültelerinde Okutulan Öğretmenlik Meslek Bilgisi Derslerinin Etkililiğine İlişkin Öğrenci Görüşleri: *Nitel Bir Araştırma*. *Eğitim ve İnsani Bilimler Dergisi Teori ve Uygulama*. 6(12), 51-66
- Demircioğlu, İ. H. (2006). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının ‘Öğretim Paketi’ Ödevine Yönelik Görüşleri. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 14(1), 161-172.
- Deryakulu, D., & Bıkmaz, F. H. (2003). Bilimsel Epistemolojik İnançlar Ölçeğinin Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması. *Eğitim Bilimleri ve Uygulama*, 2(4), 243-257.
- Dillon, J. & Maguire, M. (1998). *Becoming A Teacher*. Buckingham: Open University Press.
- Ekici, G. (2008). Sınıf Yönetimi Dersinin Öğretmen Adaylarının Öğretmen Öz-Yeterlilik Algı Düzeyine Etkisi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 35, 98-110.
- Elena C., & Papanastasiou, E. C. (2005). Factor Structure of the “Attitudes Toward Research” Scale. *Statistics Education Research Journal*, 4(1), 16-26.
- Engin, A. O. (2012). Öğretmen Yetiştirme Uygulamalarının Tarihsel Süreç Açısından Kısaca Değerlendirilmesi ve Eğitim Fakültelerimizin Temel Sorunları. *EKEV Akademi Dergisi*, 16 (52), 245-265.
- Erden, M. (1998). *Öğretmenlik Mesleğine Giriş*. İstanbul: Alkım Yayınevi.
- Ergün, M. (1987). Türkiye’de Öğretmen Yetiştirme Çalışmalarının Gelişmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 10-18.
- Greenfield, T. B. (1986). The Decline and Fall of Science in Educational Administration. *Interchange*, 17(2), 57-80.
- Hammer, D. (1995). Epistemological Considerations in Teaching Introductory Physics. *Science Education*, 79 (4), 393-413.
- Kılıç, A. ve Acat, M.B. (2007). Öğretmen Adaylarının Algılarına Göre Öğretmen Yetiştirme Programlarındaki Derslerin Gerekliklik ve İşe Vurukluk Düzeyi. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17, 21-37.

- Korkmaz, ., Şahin, A., & Yeşil, R. (2011). Bilimsel Araştırmaya Yönelik Tutum leği Geçerlilik ve Güvenirlik alıŐması. *İlköğretim Online*, 10(3), 961-973.
- Neuman, W. L. (2006). *Social Research Method: Qualitative and Quantitative Approaches*. Bacon USA: Pearson Education.
- Nunan, D. (2004). *Task-Based Language Teaching: A Comperhensively Revised Edition of Designing Tasks for the Communicative Classroom*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pomeroy, D. (1993). Implications of Teachers' Beliefs About the Nature of Science: Comparison of the Beliefs of Scientists, Secondary Science Teachers, and Elemantary Teachers. *Science Education*, 77(3), 261-278.
- Sunar, İ. (2008). *DŐn ve Toplum*. İstanbul: Doruk Yayınları.
- Şimşek, H. (1997). Pozitivizm tesi Paradigmatik DönüŐüm ve EĞitim Yönetiminde Kuram ve Uygulamada Yeni Yaklaşımlar. *Kuram ve Uygulamada EĞitim Yönetimi*, 3 (1), 95-109.
- Şişman, M. (1998). EĞitim Yönetiminde Kuram ve Araştırmada Alternatif Paradigma ve Yaklaşımlar. *Kuram Ve Uygulamada EĞitim Yönetimi*, 4(4), 395-422.
- Taşdemirci, E. (2010). *Türk EĞitim Tarihi*. Ankara: Gündüz Yayıncılık.
- Tekbıyık, A. & İpek, C. (2007). Sınıf ğretmeni Adaylarının Fen Bilimlerine Yönelik Tutumları ve Mantıksal DüŐünme Becerileri. *YY EĞitim Fakültesi Dergisi*, 4(1), 102-117.
- Tomakin, E. (2007). Bilimsel Araştırma Yöntemleri Dersinin Etkin ğretilmesinin İncelenmesi. *Kazım Karabekir EĞitim Fakültesi Dergisi*, 16, 37-65.
- Tsai, C. C. (1998). An Analysis of Scientific Epistemological Beliefs and Learning Orientations of Taiwanese Eighth Graders. *Science Education*, 82(4), 473-489.
- Tsai, C. C. (1999). Laboratory Exercises Help Me Memorize the Scientific Truths: A Study of Eighth Graders' Scientific Epistemological Views and Learning in Laboratory Activities. *Science Education*, 83(6), 654-674.
- Walker, D. A. (2010). A Confirmatory Factor Analysis of the Attitudes Toward Research Scale. *Multiple Linear Regression Viewpoints*, 36 (1), 18-27.
- YK (1998a). TC Yüksek ğretim Kurulu BaŐkanlıĐı EĞitim Fakültesi ğretmen Yetiştirme Lisans Programları. Ankara: YK
- YK (1998b). EĞitim Faklterleri ğretmen Yetiştirme Programlarının Yeniden Düzenlenmesi. Ankara: YK
- YK (2007). Öğretmen Yetiştirme ve EĞitim Faklterleri (1982- 2007) Raporu. Ankara: YK

Sağlık Personeli Hasta Güvenliği Kültürü Algılarının Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma

Fuat KORKMAZER ^{1,a}, Ahmet YILDIZ ², Erhan EKİNGEN ³

¹ Öğr. Gör., Muş Alparslan Üniversitesi, Sağlık Yüksekokulu, Muş/ Türkiye

² Arş. Gör., Dicle Üniversitesi, İİBF, Sağlık Yönetimi Bölümü, Diyarbakır/ Türkiye

³ Öğr. Gör., Batman Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Batman/ Türkiye

Başvuru tarihi: 01 Haziran 2016

Düzeltilme tarihi: 07 Eylül 2016

Kabul tarihi: 27 Eylül 2016

Öz

Dünyadaki bütün sağlık bakım sistemleri, yardım almak için kendilerine başvuran hastalara ara sıra istemeden zarar vermektedir. Güvenlik programına dayalı uygulama yapan sağlık kurumlarında, güvenlik kültürünün geliştiği ve hastalara verilen zararın azaldığı görülmektedir. Sağlık kurumlarında hasta güvenliğini artırmak için öncelikle hasta güvenliği kültürünün oluşturulması gerekmektedir. Hasta güvenliğini sürdürmeyi destekleyen personel algıları, önemli bir ölçüm olarak ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmada, bir kamu hastanesinde çalışan 76 sağlık personelinin hasta güvenliği algılarının sosyo-demografik özelliklere göre değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Veri toplama aracı olarak sağlık personeli için Hasta Güvenliği Kültürü Hastane Anketi kullanılmıştır. Araştırmada, sağlık personeli hasta güvenliği algılarının meslekte çalışma süresine ve çalıştığı birime göre farklılık gösterdiği, sağlık personelinin % 67,1'inin son bir yıl içerisinde hiçbir olay raporu doldurmadığı ve hastanede hasta güvenliği derecesi ortalama puanının 2,68 çıktığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler

Hasta Güvenliği, Hasta Güvenliği Kültürü, Personel Algıları

^a Sorumlu Yazar/Corresponding Author: Muş Alparslan Üniversitesi Kampüsü, Sağlık Yüksekokulu, Sağlık Yönetimi Bölümü, Diyarbakır Yolu 7. Km, 49250, Muş / Türkiye.
e-posta: f.korkmazer@alparslan.edu.tr

An Application for Assessing Patient Safety Culture Perceptions of Health Personnel

Abstract

All health care systems in the world occasionally give harm to patients who apply to them unintentionally. In healthcare institutions performing applications based on security software, it has been seen that the safety culture has improved and the harm given to the patients has declined. In order to improve patient safety in health care settings, we need to establish a culture of patient safety. Personnel perceptions supporting patient safety emerges as an important measurement. The aim of this research is to evaluate the perception of 76 health personnel on patients' safety culture according to the sociodemographic features. As data collection tool for health care providers, Hospital Survey on Patient Safety Culture was used. In the study, it has been seen that the health personnels' perceptions about patient safety differ according to working years and working units. It has been seen that %67,1 of health personnel didn't fill in any event report and that the average point of the hospital's patient safety is 2,68.

Keywords

Patient Safety, Patient Safety Culture, Perception of Personnel

1. GİRİŞ

Bir kurumun genel kültürünün özellikli bir yönü olan hasta güvenliği kültürü, hasta güvenliğine odaklanan sağlık kurumlarında bir öncelik haline gelmekte ve gittikçe artan bir ilgi görmektedir (Sorra ve Dyer, 2010: 1). Sağlık hizmeti sunumunun her aşamasında, tıbbi hataların önlenmesi ve hasta güvenliğinin sağlanması, sağlık sisteminin öncelikleri arasındadır (Güven, 2007: 411).

Sağlık bakım hizmetleri, özellikle ciddi hastalıkları tedavi etmek için hastanede sunulan karmaşık hizmetler "yüksek riskli endüstri" grubuna girmektedir. Bu endüstriler öldürme ya da sakat bırakma gücü olan faaliyetleri içermektedir. Dünyadaki bütün sağlık bakım sistemleri, sağlık hizmeti almak için kendilerine başvuran hastalara bazen istemeden zarar verebilmektedir (Kaya, 2009: 32).

Önlenebilir olumsuz olaylar (tıbbi hatalar) Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) ölümün temel bir nedenidir. 1997 yılında ABD hastanelerine 33,6 milyonun üzerinde hastanın kabul edildiği düşünülürse 44.000-98.000 arasında hastanın her yıl tıbbi hatalar sonucunda öldüğü tahmin edilmektedir. Toplam ulusal maliyetlerin olumsuz olaylar için (gelir kaybı, hane halkı üretim kaybı, maluliyet, sağlık hizmeti maliyetleri) 37,6 - 50 milyar dolar ve önlenebilir olumsuz olaylar için 17 - 29 milyar dolar arasında olduğu tahmin edilmektedir. Daha düşük tahminler kullanılsa bile, 1996'da toplam maliyetleri oluşturan olumsuz olaylar ve önlenebilir olumsuz olaylar toplam sağlık harcamalarının sırasıyla % 4'üne ve % 2'sine eşittir (Kohn vd., 2000: 1-2).

Bu ve benzeri çok sayıdaki veri, sağlık çalışanlarının, hastaların, hasta yakınlarının, basın ve sonuçta kamuoyunun, yöneticilerin ve politikacıların dikkatinden kaçamayacak kadar önemli ve büyüktür. İngiltere’de hastaneye yatan hastaların %10’undan fazlasında (bir yılda yaklaşık 850.000 hastada) istenmeyen olay görüldüğü, Avustralya’da hastaneye yatan hastalar arasında istenmeyen olay hızının %16,6 olduğu ortaya çıkmıştır (Çakmakçı, 2014).

ABD’deki Ulusal Hasta Güvenliği Kurumu (The National Patient Safety Foundation) hasta güvenliğini, sağlık bakım sürecindeki olumsuz sonuçların veya zararlı engellerin iyileşmesi, önlenmesi ya da bunlardan sakınma olarak tanımlamaktadır (Institute of Medicine, 2000: 57). Naveh vd. (2005) hasta güvenliğini “tedavi hatalarının olmaması, sağlık hizmeti sunumundan kaynaklanan yaralanma ve istenmeyen olaylardan sakınılması ve istenmeyen olayların önlenmesi” şeklinde tanımlamaktadır (Aktaran: Tak, 2010: 76).

Kurumsal kültür, tüm organizasyonu bir arada tutan tutkal, kompleks değerler manzumesidir. Hasta güvenliği kültürü de, hasta güvenliğinin kurumun en öncelikli konusu ve ortak değeri olarak kabullenilmesidir (Akalin, 2004: 12-13). Hasta güvenliği kültürü, örgüt kültürünün bir parçasıdır ve hasta güvenliği ile ilgili olarak çalışanların paylaştığı tutumlar, inançlar, algılar ve değerlerden meydana gelmektedir. Sağlık kurumlarında hasta güvenliğini artırmak için hasta güvenliği kültürünün oluşturulması gerektiği yaygın bir kabul görmektedir (Kaya, 2009: 32).

2. HASTA GÜVENLİĞİ

Hasta güvenliği, Sağlık hizmetine bağlı hataların önlenmesi ve sağlık hizmetine bağlı hataların neden olduğu hasta hasarlarının eliminasyonu veya azaltılmasıdır (Akalin, 2014: 64).

Hasta güvenliği ve tıbbi uygulama hatalarının toplumda algılanması ile ilgili çalışmalar özellikle konuya önem veren ülkelerde sıklıkla yapılmakta ve yıllar süresince algılamada bir değişiklik olup olmadığı değerlendirilmektedir (Altındış, 2014: 70).

Ülkemizde 2008 yılında yapılan bir çalışmada araştırma kapsamına alınan ebe ve hemşirelerin, %74,6’sı hasta güvenliğini “sağlık hizmetlerinin kişilere vereceği zararı önlemek amacıyla alınan önlemlerin tamamı” olarak nitelendirmiş ve hasta güvenliği uygulamalarının gerekli (% 96,9) olduğunu ifade etmişlerdir. Katılımcılar hasta güvenliği uygulamalarındaki rollerini, %66,9 oranıyla hasta güvenliğine ait riskleri belirleyen, önlemeye yönelik uygulamalarını planlayan, uygulayan ve değerlendiren sağlık profesyoneli olarak belirtmişlerdir. Hemşirelerin hastanelerinde gerçekleştirilen hasta güvenliği uygulamalarını değerlendirmek için verdikleri puanların dağılımına baktığımızda %72,3 oranıyla uygulamaların etkinliğini “iyi” olarak nitelendirmişler ve uygulamalara ait memnuniyetlerini ifade etmişlerdir. Ülkemizde yapılan diğer bir çalışmada, hemşirelerin %100’ü hasta güvenliğini ilgilendiren uygulamalara önemli katkılar sağlayabileceğini, %87,5’i hemşirelerin hataları eğitim ile önleyebileceğini; %64,4’ü kurumda hata oluştuğunda çözüm için sorunun anlaşılmaya çalışıldığını ve tıbbi hata sonrasında %14,4’ü ise cezalandırma/ suçlama davranışı gösterildiğini bildirmiştir (Altındış, 2014: 70).

2.1. Hasta Güvenliği Kültürü

Hasta güvenliği kültürü, örgüt kültürünün bir parçasıdır ve örgütteki bireylerin tutumları, inançları, algıları ve değerlerinden oluşur (Kaya, 2009: 32-34). Hastanelerde, hasta güvenlik kültürünün oluşturulmasında sadece kurum çalışanları ve yöneticileri değil, hastaların da hasta güvenliği konusunda bilinçlendirilmesi gerekir (Akalin, 2004: 13).

Hasta güvenliği, sağlık hizmetine bağlı hataların önlenmesi ve bu hataların neden olduğu yaralanma ve ölümlerin ortadan kaldırılmasına yönelik çalışmalardır (Akalin, 2010: 10). Ulusal Hasta Güvenliği Ajansına (National Patient Safety Agency) göre, hasta güvenliği, hastanelerde risk değerlendirme, hasta ile ilişkili risklerin yönetimi ve tanımlanması, yinelenen risklerin azaltılması için raporlanması ve analizi, geliştirilen çözümlerin uygulanması sonucu hastaya daha güvenli bakım verme sürecidir (Gözlü ve Kaya, 2012: 175).

Hasta güvenliği kültürü yaratmada olması gereken planlamanın ana hatları şöyledir (Altındış, 2014: 71):

- (i) Açık ve hatalardan ders alınabilen bir hasta güvenliği kültürü yaratılmasına çalışılmalıdır.
- (ii) Hasta güvenliğinin kurumun liderleri için en önemli öncelik olduğunun ve bu amaçla takım çalışmasının en üst düzeye çıkarıldığıının gösterilmesi sağlanmalıdır.
- (iii) Klinik uygulamalar, işlemler, süreçler ve çalışma koşullarının devamlı değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu çalışma ile risk yönetimi elden ele götürülmelidir.
- (iv) Hasta güvenliği raporları ve seyri düzenli olarak duyurulmalıdır. Bildirim ve güvenliği artırıcı karar-verme mekanizmalarının geliştirilmesi ve kullanılması teşvik edilmelidir.
- (v) Hasta ve hasta yakınları kendi güvenliklerini korumaları ve geri bildirimde bulunmaları için özendirilmeli ve eğitilmelidirler.
- (vi) Ortaya çıkan olumsuzluklar sistematik olarak değerlendirilmeli, sürekli öğrenme ve sistemlerin iyileştirilmesi konusunda rehber alınmalıdır.
- (vii) Alınacak önlemlerin hatırlamaya dayalı ve cezalandırıcı olmamasına özen gösterilmelidir.

2.2. Hasta Güvenliği Kültürü Ölçümünün Faydaları

Sağlık hizmet sunucuları, çeşitli nedenlerle güvenlik kültürünü değerlendirmek isteyebilir. Kültürel değerlendirme şu amaçlarla kullanılabilir (Budak 2008: 55):

- (i) İyileştirme yapılacak alanları belirlemek,
- (ii) Hasta güvenliği hakkındaki farkındalığı artırmak için güvenlik kültürünü teşhis etmek,
- (iii) Hasta güvenliği müdahalelerini ya da programlarını değerlendirmek ve zaman içindeki değişimi izlemek,
- (iv) İçsel ve dışsal kıyaslama (benchmarking) yapmak,
- (v) İstekleri ya da düzenleme ile ilgili gereklilikleri yerine getirmek.

Kaliteli bir sağlık hizmeti sunmak, en önemlisi hastalara zarar vermemek için hasta güvenliği çalışmaları artırılmalı ve kültür geliştirilmelidir. Kültürün yayılması içinse gerek devlet gerekse özel kurumlar üzerlerine düşen görevleri yerine getirmeli, hasta güvenliği konusunda konuşulabilecek platformlar oluşturulmalı ve ülkenin (hastaların ve çalışanların) bu konudaki bilinci artırılmalıdır.

Bunlara ek olarak “Institute of Medicine”ın 2003 yılındaki raporunda sağlık hizmetinde kalite açısından öncelikli seçilen 20 alandan üçü hasta güvenliği ile ilgilidir. Bu alanlar medikasyon (ilaç) yönetimi, hastane enfeksiyonları ve yaşlı sağlığıdır. Buradan da anlaşılacağı gibi hasta güvenliği sağlık hizmetlerinde iyileştirilmesi gereken konuların başında gelmektedir (Institute of Medicine, 2003).

Hasta güvenliğinde istenen iyileştirmelerin, sağlık hizmetlerinde kültür değişimini gerektirdiği yaygın bir şekilde kabul görmektedir. ABD’de Agency for Healthcare Research and Quality’nin (AHRQ) desteklediği hasta güvenliği projelerinin bulgularına dayanarak, hastanelerde hasta güvenliği için geliştirdiği 10 öneriden birincisi “hasta güvenliği kültürünün değerlendirilmesi ve geliştirilmesidir”. Birleşik Krallık’ta National Patient Safety Agency’nin hasta güvenliğini iyileştirmek için 7 adımlı rehberinin birinci adımı “hasta güvenliği kültürünün oluşturulmasıdır”. Kanada’da Canadian on Health Services Accreditation’ın 6 hasta güvenliği hedefinden birincisi kültürdür (Kaya, 2007: 13).

Hasta güvenliğini destekleyen bir kültürün nasıl oluşturulacağı büyük merak uyandıran bir sorudur. Kliniklerde güvenlik kültürü ölçüm yollarını geliştirmek için yapılan çalışmalar artarak devam etmektedir. Hasta güvenliğini sürdürmeyi destekleyen çalışan algıları, önemli bir ölçüm olarak ortaya çıkmaktadır. Güvenlik programına dayalı uygulama yapan sağlık kurumlarının çoğunda, güvenlik kültürünün geliştiği ve hastalara verilen zararın azaldığı görülmektedir (Deilkas ve Hofoss, 2008: 1).

Hasta güvenliğini iyileştirebilmek için hasta güvenliği kültürünün geliştirilmesi gereklidir. Hasta güvenliği kültürü, hasta güvenliğinin kurumun en öncelikli konusu ve ortak değeri olarak kabullenilmesidir. Hasta güvenliği kültürü, kurumsal kültürün tüm organizasyonu bir arada tutan tutkalın, karmaşık değerler manzumesinin en önemli yapı taşı olmalıdır. Bunu sağlayabilmek için bazı çalışmaların yapılması ve uygulanması gerekmektedir. Bu çalışmaların en önemlileri şunlardır (Altındış, 2014: 70-71):

- (i) Hasta güvenliği konusunun herkesin sahiplenmesi gereken bir konu olduğunun ilan edilmesi,
- (ii) Hasta güvenliği konusunda liderler, çalışanlar ve hastalar arasında açık iletişimin teşvik edilmesi,
- (iii) Çalışanlara hasta güvenliğini tehdit eden işlemleri belirleme ve azaltma konusunda sorumluluk devri,
- (iv) Hasta güvenliği için kaynak ayrılması,
- (v) Tüm çalışanların hasta güvenliği konusunda sürekli eğitiminin sağlanmasıdır.

3. TIBBİ HATA

Sağlık hizmetine bağlı hata (tıbbi hata), hastaya sunulan sağlık hizmeti sırasında bir aksamanın neden olduğu, kasıtsız, beklenilmeyen sonuçlardır. Tıbbi hatalar da kök nedenlerine göre üçe ayrılırlar (Akalin, 2014: 64):

- (i) İşleme bağlı hatalar: Yanlış işlemi yapma (errors of commission: doing the wrong thing),
- (ii) İhmale bağlı hatalar: Doğru işlemi yapmama (errors of omission: not doing the right thing),
- (iii) Uygulamaya bağlı hatalar: Doğru işlemi yanlış uygulama (errors of execution: doing the right thing incorrectly).
- (iv) Tıbbi hataların maliyetinin 37.6 milyar ile 50 milyar dolar arasında olabileceği tahmin edilmektedir. Önlenebilir hataların maliyeti ise 17-29 milyar dolar arasındadır.

Tıbbi hatalar sağlık hizmetinin her evresinde ortaya çıkabilir. Bu hatalar şu başlıklar altında gruplandırılmıştır (Altındış, 2014: 68):

- (i) Medikasyon hataları (ilaç hatası): Bu hataların çoğu önlenebilir olup verilen ilaçların hastaya uygulanması süreci ile ilgilidirler. Yanlış doz, yanlış uygulama şekli, birlikte verilen başka ilaçlarla olumsuz etkileşim, alerji öyküsü sorgulamadan atopik bünyeli hastaya alerjen ilacın verilmesi, görünüşü – okunuşu benzer ilaçlar gibi hatalar bu gruptadırlar. Bunların da yaklaşık yarısı önlenebilir hatalardır.
- (ii) Cerrahi hatalar: Cerrahi hatalar ortalama her 50 hastada bir oluşabilmekte, ölümlerle bile sonuçlanabilmektedir. Yanlış taraf kesisi, beklenmedik ameliyat komplikasyonu, anestezi komplikasyonları, cerrahi enfeksiyonlar vb.
- (iii) Tanı koymada hatalar: Yanlış tanı, laboratuvar testlerinin yanlış yapılması, uygulanması veya yorumlanması sık rastlanılan tıbbi hatalar arasındadır. Tanısal hatalarda eğitimsiz / deneyimsiz / denetimsiz teknisyen faktörü oldukça önemlidir.
- (iv) Sistem yetersizliklerine bağlı hatalar: Sağlık hizmeti sunuş biçimi ve sistem ile ilgili aksaklıklardan kaynaklanan hatalar saptanması zor hatalardır. Bunlar arasında kullanılan aletlerdeki bozukluklar (defibrilatör, ventilatör, intravenöz sıvı pompaları vb.) ancak ortaya çıkınca saptanabilmekte, fakat çok önemli sonuçlar doğurabilmektedir. Tıbbi müdahalelerde / uygulamalarda da ortaya çıkan hataların büyük çoğunluğu sistem hataları olarak tanımlanmaktadır.
- (v) Diğer: Sağlık hizmeti ilintili enfeksiyonlar, kan transfüzyon komplikasyonları, sedyeden düşmeler, sıra beklemeye bağlı ölümler, Hatalı gaz / gaz karışımı verilmesi, tecavüz, hastanede intihar, yatak yaraları, hastanın kaçması, bebeğin yanlış aileye verilmesi, tehlikeli kısaltmalar vb. gibi benzeri konular da tıbbi hatalar arasında yer almaktadır.

4. YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada, Muş Devlet Hastanesi'nde çalışan sağlık personelinin hasta güvenliği kültürü algısının sosyo- demografik özelliklere göre değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

4.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın çalışma evrenini Muş Devlet Hastanesi'nde çalışan sağlık personeli oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplamak için hastane yönetiminden gerekli izin alınmıştır. Araştırma kapsamında Muş Devlet Hastanesi içerisinde yer alan 7 dahili birim (nöroloji, dahiliye, çocuk, kardiyoloji, enfeksiyon hastalıkları, göğüs hastalıkları ve cildiye), 5 cerrahi birim (beyin cerrahi, genel cerrahi, kalp-damar cerrahi, kulak-burun-boğaz ve ortopedi), röntgen ve laboratuvar biriminde çalışan toplam 136 sağlık personeli bulunmaktadır. Araştırma kapsamında sağlık personeline dağıtılan anket sayısı 120, dönen anket sayısı ise 76 olup sağlık personeli için örneklemin % 63,3'üne ulaşılmıştır.

4.3. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak Hasta Güvenliği Kültürü Hastane Anketi (Hospital Survey on Patient Safety Culture) uygulanmıştır. Sağlık personeli için uygulanan Hasta Güvenliği Kültürü Hastane Anketi (Hospital Survey on Patient Safety Culture (HSPSC)) 2004 yılında ABD'de Agency for Healthcare Research and Quality (AHRQ) tarafından geliştirilmiştir. Anketin Türkçe'ye çevrilmesi ve uyarlanması çalışmaları Teleş (2011), Bodur ve Filiz (2009)'in çevirisi ile birlikte Çakır (2007) ve Saraç (2009)'ın çalışmalarında kullandıkları çevirilerden de yararlanılarak yapılmıştır.

Hasta Güvenliği Kültürü Hastane Anketi 12 boyutludur ve 42 sorudan oluşmaktadır. Ayrıca katılımcılara hasta güvenliği derecesi ve raporlanan olay sayısı ile ilgili birer soru sorulmaktadır. Kişisel bilgiler bölümünde katılımcıların sosyo-demografik bilgilerini içeren 8 soru bulunmaktadır. Son bölümde ise katılımcıların yorumlarını yazmaları istenmiştir.

Anketin A, B, C, D, E, F bölümlerinde ölçeklendirme yöntemi olarak eşit aralıklı 5'li Likert tipi ölçek kullanılmıştır. G bölümünde raporlanan olay sayısı "0 olay raporu, 1-2, 3-5, 6-10, 11-20, 21 ya da daha fazla olay raporu" şeklinde 6 seçenek ile değerlendirilmiştir. Katılımcılardan "3 ve üzeri" olay raporu dolduranların sayısı çok az olduğundan, katılımcıların cevapları sadece "0 olay raporu, 1-2 olay raporu, 3 ve üzeri olay raporu" şeklinde 3 seçenek ile değerlendirilmiştir.

Anketler toplandıktan sonra elde edilen veriler araştırmacılar tarafından SPSS 20.0 veri tabanına aktarılmış ve aktarıldıktan sonra SPSS 20.0 programında gerekli istatistiksel analizlerle değerlendirilmiştir. Sağlık personelinin hasta güvenliği kültürü algılarının değerlendirilmesinde tanımlayıcı istatistikler (ortalama, frekans, standart sapma), Kruskal Wallis Testi, Mann Whitney U Testi ve Ki-Kare Testi kullanılmıştır. Anketin güvenilirliği iç tutarlılık katsayılarına bakılarak her bir faktör için ayrı ayrı hesaplanmıştır. Anketin

güvenilirliğini test etmek için kullanılan Cronbach α güvenilirlik katsayısının 0,60-0,79 arasında olması anketin oldukça güvenilir olduğu şeklinde değerlendirilmektedir (Alpar, 2010:78). İncelenen faktörlerin Cronbach Alfa değerlerinin 0,45-0,79 arasında ve genel içsel tutarlılık katsayısının ise 0,72 olmasından araştırmada kullanılan anketin oldukça güvenilir olduğu anlaşılmıştır.

5. BULGULAR

Tablo 1’de araştırmaya katılan sağlık personelinin sosyo-demografik özellikleri olarak yaş, cinsiyet, pozisyon, meslekte çalışma süresi, haftalık çalışma saati ve çalıştığı birime yer verilmiş ve değerlendirilmiştir.

Tablo 1. Araştırma Kapsamındaki Sağlık Personelinin Sosyo-Demografik Özellikleri

Sosyo-Demografik Bilgiler		N	%
Yaş	30 ve altı	57	75,0
	31-40	17	22,3
	41 ve üstü	2	2,7
	Toplam	76	100
Cinsiyet	Kadın	60	79
	Erkek	16	21
	Toplam	76	100
Pozisyon (Görev Tanımı)	Doktor	9	11,8
	Hemşire	64	84,2
	Diğer	3	4
	Toplam	76	100
Meslekte Çalışma Süresi (Yıl)	5 ve altı	64	84,2
	6- 10	11	14,5
	11 ve üstü	1	1,3
	Toplam	76	100
Haftalık Çalışma Saati	40 ve altı	5	6,6
	41-59	44	57,9
	60 ve üstü	27	35,5
	Toplam	76	100
Çalıştığı Birim	Dâhili Birimler	38	50
	Cerrahi Birimler	27	35,5
	Diğer Birimler	11	14,5
	Toplam	76	100

Tablo 1 incelendiğinde, araştırmaya katılan 76 sağlık personelinin dörtte üçünün (% 75) 30 ve altı yaş grubunda olduğu, buna bağlı olarak da mesleğe yeni başlayanların sayısının fazla olduğunu söyleyebiliriz. Zaten meslekte çalışma süresine göre katılımcıları incelediğimizde, 5 ve altı yıl süre ile çalışanlar grubunun % 84,2 olduğu görülmektedir. Katılımcıların % 50,4’ünün hemşirelerden oluştuğu araştırmada, cinsiyete göre karşılaştırma yaptığımızda hemşirelerin büyük çoğunluğunun bayan olmasından dolayı doğal olarak araştırmanın yarıdan fazlasının, yani % 84,2’sinin kadınlardan oluştuğu görülmektedir. Dâhili birimler ile cerrahi birimlerde çalışan personel sayısının tüm çalışanların yarısını oluşturduğu araştırmada, haftalık çalışma saati açısından ise katılımcıların yaklaşık yarısının 41-59 saat arası çalıştığı görülmektedir.

Tablo 2. Sağlık Personelinin Hasta Güvenliği Kültürü Boyutlarına İlişkin Algılarının Genel Dağılımı (n=76)

Hasta Güvenliği Kültürü Boyutları	Ortalama	Standart Sapma
1. Birimler içinde ekip çalışması	3,28	0,79
2.Yönetici beklentileri ve hasta güvenliğini geliştirme faaliyetleri	3,02	0,59
3. Örgütsel öğrenme ve sürekli iyileştirme	3,24	0,66
4. Hasta güvenliği için hastane yönetiminin desteği	2,63	0,55
5. Güvenliğin kapsamlı algılanması	2,72	0,38
6. Hatalar hakkında iletişim ve geribildirim	3,12	0,65
7. İletişimin açık tutulması	2,78	0,51
8. Hataların raporlanma sıklığı	2,76	0,87
9. Hastane birimleri arasında ekip çalışması	2,98	0,58
10. Personel sağlama	2,43	0,85
11. Hastanede devirler ve nakiller	2,32	0,54
12. Hataya karşı cezalandırıcı olmayan yanıt	3,10	0,74
Genel Ortalama	2,87	

Tablo 2’de sağlık personelinin Hasta Güvenliği Kültürü Anketinde 42 ifadeden oluşan 12 boyuta ne düzeyde katıldıklarını gösteren ortalama puanlar yer almaktadır. Tablo 2’de yer alan boyutların değerlendirilmesinde araştırma sonuçlarına ortalamalar açısından bakıldığında “birimler içinde ekip çalışması” boyutunun 3,28±0,79 ortalama ile en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Bunu 3,24±0,66 ile “örgütsel öğrenme ve sürekli iyileştirme”, 3,12±0,65 ile “hatalar hakkında iletişim ve geribildirim” ve 3,10±0,74 ile de “hataya karşı cezalandırıcı olmayan yanıt” boyutları takip etmektedir. 2,32±0,54 ortalama ile “hastanede devirler ve nakiller” boyutunun en düşük ortalamaya sahip boyut olduğu görülmektedir. Bunu 2,78±0,51 ve 2,98±0,58’er ortalama ile sırasıyla “iletişimin açık tutulması” ve “hastane birimleri arasında ekip çalışması” boyutları ve 3,02±0,59 ile de “yönetici beklentileri ve hasta güvenliğini geliştirme faaliyetleri” takip etmektedir. En düşük boyutlar, personel algısının düşük olduğu ve geliştirilmesi ya da iyileştirme yapılması gereken alanlardır.

Tablo 3. Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Hasta Güvenliği Kültürü Boyutları	Meslekte Çalışma Süresi	n	Sıra Ortalaması	Sd	x ²	p
1. Birimler içinde ekip çalışması	5 ve altı	64	59,67	2	8,511	0,14
	6-10	11	66,42			
	11 ve üstü	1	38,53			
2.Yönetici beklentileri ve güvenlik geliştirme faaliyetleri	5 ve altı	64	56,11	2	0,228	0,892
	6-10	11	60,11			
	11 ve üstü	1	57,55			
3. Örgütsel öğrenme ve sürekli geliştirme	5 ve altı	64	49,75	2	16,039	0,000
	6-10	11	82,89			
	11 ve üstü	1	60,88			
4. Hasta güvenliği için hastane yönetiminin desteği	5 ve altı	64	58,23	2	2,493	0,288
	6-10	11	46,56			
	11 ve üstü	1	61,80			

5. Güvenliğin kapsamlı algılanması	5 ve altı	64	47,57	2	29,372	0,000
	6-10	11	58,25			
	11 ve üstü	1	91,25			
6. Hatalar hakkında geribildirim ve iletişim	5 ve altı	64	57,98	2	3,422	0,181
	6-10	11	45,31			
	11 ve üstü	1	63,85			
7. İletişimin açık tutulması	5 ve altı	64	55,55	2	0,501	0,778
	6-10	11	61,06			
	11 ve üstü	1	58,78			
8. Hataların raporlanma sıklığı	5 ve altı	64	61,91	2	9,893	0,007
	6-10	11	59,42			
	11 ve üstü	1	36,43			
9. Hastane üniteleri arasında ekip çalışması	5 ve altı	64	65,67	2	19,783	0,000
	6-10	11	50,28			
	11 ve üstü	1	30,55			
10. Personel Sağlama	5 ve altı	64	51,95	2	12,450	0,002
	6-10	11	81,58			
	11 ve üstü	1	53,83			
11. Hastanede Devirler ve Nakiller	5 ve altı	64	52,13	2	5,204	0,074
	6-10	11	64,47			
	11 ve üstü	1	68,55			
12. Hataya Karşı Cezalandırıcı Olmayan Yanıt	5 ve altı	64	51,83	2	5,828	0,054
	6-10	11	68,58			
	11 ve üstü	1	65,98			

Sağlık personelinin hasta güvenliği kültürü boyutlarına ilişkin algılarının “meslekte çalışma süresi” durumuna göre dağılımı ve karşılaştırılması Tablo 3’de gösterilmiştir. Tablo 3 incelendiğinde, “örgütsel öğrenme ve sürekli geliştirme ($\chi^2=16,039$; $p<0,05$)”, “güvenliğin kapsamlı algılanması ($\chi^2=29,372$; $p<0,05$)”, “hataların raporlanma sıklığı ($\chi^2=9,893$; $p<0,05$)”, “hastane üniteleri arasında ekip çalışması ($\chi^2=19,783$; $p<0,05$)”, “personel sağlama ($\chi^2=12,450$; $p<0,05$)” boyutlarını sağlık personelinin meslekte çalışma süresine göre karşılaştırdığımızda gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın çıktığı görülmektedir. Farkın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için gruplar arasında ikili karşılaştırmalar Mann Whitney U Testi ile test edilmiş ve farkın “11 ve üstü” yıl çalışan grubundan kaynaklandığı görülmüştür. “11 ve üstü” yıl çalışan grubunun “güvenliğin kapsamlı algılanması” boyutu hariç, diğer boyutlardaki algısının diğer grupların algısından genellikle daha düşük olduğu görülmektedir.

Tablo 4. Sağlık Personelinin Hasta Güvenliği Derecesine İlişkin Görüşleri

Hasta Güvenliği Derecesi	Puan	n	%
Mükemmel	5	4	5,3
Çok iyi	4	8	10,6
Kabul edilebilir	3	19	25
Zayıf	2	27	35,5
Başarısız	1	18	23,6
TOPLAM	15	76	100
Hasta Güvenliği Derecesi Ortalama Puanı		2,68	

Sağlık personelinin hasta güvenliğine derecesine ilişkin görüşleri Tablo 4.’de gösterilmiş ve değerlendirilmiştir. Tablo 4 incelendiğinde sağlık personelinin hastanedeki hasta

güvenliği derecesini % 5,3'ünün mükemmel, % 10,6'sının çok iyi, % 25'inin kabul edilebilir bulduğu; % 35,5'inin zayıf, % 23,6'sının da başarısız bulduğu görülmektedir.

Sağlık personelinin hasta güvenliği dercesine ilişkin görüşlerini iyi (Mükemmel ve Çok iyi), orta (Kabul edilebilir) ve kötü (Zayıf ve Başarısız) olarak grupladığımızda, bunun çalışılan birime göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiş ve sonuçlar Tablo 5.'de gösterilmiştir. Tablo 5. incelendiğinde, gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın çıktığı görülmektedir ($\chi^2=10,334$; $p<0,05$). Dahili birimlerde çalışan sağlık personelinin hasta güvenliği derecesini, % 21,1' inin orta ve % 71,3' ünün de zayıf olarak algıladığı ve bu grupta çalışan sağlık personelinin algısının, cerrahi ve diğer birimler grubunda çalışan sağlık personelinin algısından daha düşük olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Ki-Kare Test Sonuçları

Hasta Güvenliği Sonuçları	Çalıştığı Birim						χ^2	P
	Dahili		Cerrahi		Diğer*			
	n	%	n	%	n	%		
İyi	3	6,6	5	18,5	4	36,4	10,334	0,035
Orta	8	21,1	8	29,6	3	27,2		
Zayıf	27	71,3	14	51,9	4	36,4		
TOPLAM	38	100	27	100	11	100		

* Röntgen ve Laboratuar Birimi

Sağlık personelinin olay raporlama ile ilgili durumu Tablo 6'da gösterilmiş ve incelenmiştir. Tablo 6. incelendiğinde, sağlık personelinin beşte üçünden fazlasının (% 67,1) son bir yıl içerisinde hiç olay raporu bildiriminde bulunmadığı görülmektedir. 1-2 olay raporu bildirenlerin oranı % 26,3'dir. 3 ve üzeri olay raporu bildirenlerin oranı ise sadece % 6,6'dır.

Tablo 6. Sağlık Personelinin Tarafından Raporlanan Olay Sayısı

Raporlanan Olay Sayısı	n	%
0	51	67,1
1-2	20	26,3
3 ve üzeri	5	6,6
TOPLAM	76	100

6. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Tablo 2'de boyutların değerlendirilmesinde araştırma sonuçlarına ortalamalar açısından bakıldığında "birimler içinde ekip çalışması" boyutunun 3,28 ortalama ile en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Bunu 3,24 ile "örgütsel öğrenme ve sürekli iyileştirme" boyutu takip etmektedir. Boyutlardan 2,32 ortalama ile "hastanede devirler ve nakiller" boyutunun en düşük ortalamaya sahip boyut olduğu görülmektedir. Bunu 2,78'er ortalama ile "iletişimin açık tutulması" ve "hastane birimleri arasında ekip çalışması" boyutları ve 3,02 ile de "yönetici beklentileri ve hasta güvenliğini geliştirme faaliyetleri" boyutu takip etmektedir. Aynı anket kullanarak Ankara'da yapılan başka bir çalışmada "birimler içinde ekip çalışması" boyutu 4,06 ile en yüksek ortalamaya sahip olurken "hataların raporlanma sıklığı" ve "hataya karşı cezalandırıcı olmayan yanıt"

boyutları en düşük ortalamaya sahip boyutlar olmuştur (Teleş, 2011: 90). Yine aynı anketi kullanarak Konya’da üç farklı hastanede yapılan başka bir çalışmada, “hastane birimleri arasında ekip çalışması” boyutu % 63 puanla en yüksek olumlu cevap yüzdesinde sahip olurken, “hataların raporlanma sıklığı” boyutu % 15, “hataya karşı cezalandırıcı olmayan yanıt” boyutu % 19 puanla en düşük iki boyutu oluşturmuştur (Filiz, 2009: 53). Hollanda, Tayvan ve Amerika’da birçok hastanede uygulanan hasta güvenliği kültürü anketinin sonuçlarının ortalaması alınarak ülkeler arası bir karşılaştırmanın yapıldığı bir çalışmada “birimler içinde ekip çalışması” boyutu, Hollanda’da 45 hastanenin ortalaması % 85, Tayvan’da 74 hastanenin ortalaması % 81, Amerika’da 622 hastanenin ortalaması % 79 olan en yüksek ortalamayı oluşturan boyut olmuştur. “Hastane birimleri arasında ekip çalışması” boyutu % 28 ile Hollanda’da en düşük boyut olurken, “Hataya karşı cezalandırıcı olmayan yanıt” % 31 ile Tayvan’da ve % 44 ile de Amerika’da en düşük boyut olmuştur (Wagner vd., 2013: 216). Bu çalışmada ve diğer birçok hem ulusal hem de uluslararası çalışmada görüldüğü gibi “birimler içinde ekip çalışması” boyutunun en yüksek ortalamaya sahip boyut olduğu görülmektedir. En düşük boyutlar ise ülkeden ülkeye değişebildiği gibi, hastaneden hastaneye de değişebilmektedir.

Çalışmada, boyutlardan “hastanede devirler ve nakiller” boyutunun en düşük boyut olması bu hastanede hastaların başka birimlere naklinde ya da nöbet değişikliği sırasında önemli problemlerin yaşandığını göstermektedir. “İletişimin açık tutulması” boyutunun düşük çıkması, çalışanların bir hata olduğunda fikirlerini özgürce ifade edemediklerini göstermektedir. “Hastanede birimler arası ekip çalışması” boyutunun düşük çıkması, birimler arası işbirliği yapma ve birlikte çalışma durumlarında problemler yaşandığını göstermektedir. “Yönetici beklentileri ve hasta güvenliğini geliştirme faaliyetleri” boyutunun düşük çıkması, hastane yönetiminin hasta güvenliği kültürünün geliştirilmesine yönelik çalışmalarının yetersiz olduğuna işaret etmektedir.

Sağlık personelinin hasta güvenliği kültürü boyutlarına ilişkin algılarının meslekte çalışma süresine göre karşılaştırılması incelendiğinde, 11 ve üstü yıl çalışanlar grubunun algısının genellikle daha düşük olduğu görülmektedir. Çalışma süresi arttıkça, sağlık personelinin hastanede yapılan hatalarla karşılaşma sıklığı daha fazla olacağından 11 ve üstü yıl çalışanlar grubunun algısı daha düşük çıkmış olabilir. Tablo 4’e bakıldığında sağlık personelinin % 15,9’u hasta güvenliği derecesini mükemmel ya da çok iyi olarak değerlendirirken, % 25’i kabul edilebilir, yarisından fazlası da (% 59,1) zayıf ya da başarısız olarak değerlendirmiştir. Teleş (2011)’in yapmış olduğu çalışmada hasta güvenliği derecesini sağlık personelinin % 33,9’unun mükemmel ve çok iyi, % 47,6’sının kabul edilebilir, % 18,5’nin de zayıf ya da başarısız bulduğu görülmektedir. Özetle yapılan çalışmalar karşılaştırıldığında en düşük hasta güvenliği derecesi çalışmamızda görülmektedir.

Araştırmada hastanenin hasta güvenliği derecesi ortalama puanı 2,68 çıkmıştır. Bu değer kabul edilebilir olan 3 puan seçeneğinin altındadır. Teleş (2011)’in yapmış olduğu çalışmada bu puan 3,17 çıkmıştır. Çakır, (2007)’in İzmir’de yaptığı başka bir çalışmada hasta güvenliği derecesi ISO 9001:2000 belgesine sahip hastanelerde 3,92 ile çok iyi ve kabul edilebilir arasında bir değer çıkarken, bu belgeye sahip olmayan hastanelerde 2,75 ile kabul edilebilir ve zayıf arasında çıkmıştır. Araştırmada, hasta güvenliği derecesinin çok iyi ya da mükemmel olarak algılanmaması, burada iyileştirmelerin yapılması gerektiğini göstermektedir.

Çalışmada ayrıca, dâhili birimlerde çalışan sağlık personelinin hasta güvenliği derecesi algısının daha düşük olduğu ve sağlık personelinin nerdeyse beşte üçünün son bir yıl içerisinde hiç olay raporu bildiriminde bulunmadığı görülmüştür. Son bir yıl içerisinde hiç olay raporu doldurmayanların oranı Teleş (2011)'in çalışmasında % 69,8, Filiz (2009)'in çalışmasında % 84,4, Çakır (2007)'in çalışmasında ise %81,5 çıkmıştır. Hem bu çalışmada hem de diğer çalışmalarda olay raporu doldurma oranının çok düşük olması, personelin raporlamaya teşvik edilmesi için gerekli önlemlerin alınması gerektiğine işaret etmektedir.

Boyutlardan “hastanede devirler ve nakiller, iletişimin açık tutulması, hastanede birimler arası ekip çalışması, yönetici beklentileri ve hasta güvenliğini geliştirme faaliyetleri” boyutlarının düşük çıkması, hastane yönetiminin hasta güvenliği kültürünün geliştirmede öncelik vermesi gereken alanları göstermektedir. Sağlık personelinin sadece yarısının hasta güvenliği derecesini çok iyi ya da mükemmel olarak değerlendirilmesi ve ortalama hasta güvenliği derecesinin 2,68 çıkması, bu alanda iyileştirme fırsatlarının olduğunu göstermektedir. Sağlık personelinin olay raporu doldurma oranının çok düşük olduğu hastanede, sağlık personelinin olay raporu doldurmaya teşvik edilmesi ve kurum içerisinde olay raporu doldurma oranının artması için gerekli eğitimlerin verilmesi sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Akalın, H. E. (2004). Hasta Güvenliği Kültürü: Nasıl Geliştirebiliriz. *Ankem Dergisi*, 18(2), 12-13.
- Akalın, H. E. (2010). Hasta Güvenliği Kültürü. *Sağlıkta Nabız*, 7(25), 10-13.
- Akalın, H. E. (2014). Hasta Güvenliği: Değişen Paradigma. *Sağlık Düşüncesi ve Tıp Kültürü Dergisi*, 32, 64-67.
- Alpar, R. (2010). *Spor, Sağlık ve Eğitim Bilimlerinden Örneklerle Uygulamalı İstatistik ve Geçerlik-Güvenirlilik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Altındış, M. (2014). Hasta Güvenliği ve Komplikasyonlar. *Sağlık Düşüncesi ve Tıp Kültürü Dergisi*, 32, 68-73.
- Budak, M. (2008). Hasta Güvenliği Kültürü. *Sağlık Düşüncesi ve Tıp Kültürü Dergisi*, 7, 54-57.
- Çakır, A. (2007). *Hasta Güvenliği Kültürü ile Kalite Yönetim Sistemi Arasındaki İlişkinin Analizi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Çakmakçı, M. (2014). Hasta Güvenliği: Bir Paradigma Değişimi. *Sağlık Düşüncesi ve Tıp Kültürü Dergisi*, 33, 6-11.
- Deilkas, E. T., & Hofoss, D. (2008). Psychometric properties of the Norwegian version of the Safety Attitudes Questionnaire (SAQ), Generic version (Short Form 2006). *BBMC Health Services Research*, 8(191), 1-10. doi:10.1186/1472-6963-8-191

- Filiz, E. (2009). *Hastanede Hasta Güvenliği Kültürü Algılamasının ve Sağlık Çalışanları ile Toplumun Hasta Güvenliği Hakkındaki Tutumunun Belirlenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Gözlü, K. & Kaya, S. (2012). *Akreditasyon Belgesine Sahip Bir Hastanede Hasta Güvenliği Kültürünün Değerlendirilmesi*. 6. Ulusal Sağlık ve Hastane İdaresi Kongresi, Isparta, ss.175-182.
- Güven, R. (2007). *Dezenfeksiyon ve Sterilizasyon Uygulamalarında Hasta Güvenliği Kavramı*. 5. Ulusal Sterilizasyon Dezenfeksiyon Kongresi, 4-8 Nisan, Antalya, ss. 411-422.
- Institute of Medicine, (2000), *To Err is Human: Building a Safer System*. Washington DC.: National Academy Press.
- Institute of Medicine, (2003), *Priority Areas For National Action: Transforming Health Care Quality*. Washington DC.: National Academy Press.
- Kaya, S. (2007). *Türkiye'deki Hastanelerde Hasta Güvenliği Kültürü*. Uluslararası Sağlık ve Hastane Yönetimi Kongresi, KKTC Yakın Doğu Üniversitesi Eğitim Vakfı, KKTC: Devlet Basımevi.
- Kaya, S. (2009). Hasta Güvenliği Kültürü Nedir ve Nasıl Geliştirilebilir?. *Sağlık Hizmetlerinde Kalite, Akreditasyon ve Hasta Güvenliği Dergisi*, 1(1), 32-34.
- Kohn, L.T., Corrigan, J.M., Donaldson, M.S., McKay, T. & Pike, K.C. (2000). *To Err is Human: Building a Safer System*. Washington, DC: National Academy Press.
- Naveh, E., Katz-Navon, T., & Stern, Z. (2005). Treatment Errors in Healthcare: A Safety Climate Approach. *Management Science*, 51(6), 948-960. doi: 10.1287/mnsc.1050.0372
- Saraç, A. (2009). *Trabzon İl Merkezinde Birinci Basamakta Çalışan Sağlık Personelinin Hasta Hakları, Hasta Güvenliği ve Kendi Hakları Hakkındaki Bilgi ve Tutumları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi.
- Sorra, J. S., & Dyer, N. (2010). Multilevel Psychometric Properties of the AHRQ Hospital Survey on Patient Safety Culture. *BMC Health Services Research*, 10(199), 1-13. doi: 10.1186/1472-6963-10-199
- Tak, B. (2010). Sağlık Hizmetlerinde Kalitenin Ana Unsuru Olarak Hasta Güvenliği Sistemlerinin Oluşturulması: Hastaneler İçin Bir Yol Haritası Önerisi. *Sağlıkta Kalite ve Performans Dergisi*, 1,72-113.
- Teleş, M. (2011). *Sağlık Personelinin Hasta Güvenliği Kültürü Algıları İle Hastaların Sağlık Hizmeti Kalitesi Algıları Arasındaki İlişkinin Analizi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Wagner, C., Smits, M., Sorra, J., & Huang, C. C. (2013). Assessing Patient Safety Culture in Hospitals Across Countries. *International Journal for Quality in Health Care*, 25(3), 213-221. doi: 10.1093/intqhc/mzt024

Firdevsü'l-İkbâl ve Özel Adlar

Rabia Şenay ŞİŞMAN^{1,a}

¹ Yrd. Doç. Dr., Muş Alparslan Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe Eğitimi Bölümü, Muş/ Türkiye

Başvuru tarihi: 08 Ocak 2016 Düzeltme tarihi: 07 Eylül 2016 Kabul tarihi: 29 Eylül 2016

Öz

Özel ad araştırmaların zenginleştirilmesi amacıyla hazırlanan bu yazıya konu olan malzemeler, Firdevsü'l-İkbâl adlı eserden alınmıştır. Orta Asya Türk tarihinin son dönemi ile ilgili yerli bir kaynak olan ve 19. asır sonu 20. asrın başlarında Harezmi'de yazılan bu tarihî eserde coğrafi bilgiler; hanların yapmış oldukları askerî seferler, ava çıkışlarının anlatıldığı detaylandırılmış bilgiler mevcuttur. Siyaseti ve ekonomiyi konu edinmiş bir ürün olduğu hâlde hanlık sınırları içinde uygulanan imar politikaları kapsamında inşa edilen medreseler, camiler, kaleler, bağlar, köprüler gibi pek çok bina ile alakalı kayıt bilgilerinin de ele alındığı görülmüştür. Bunun yanında Hıve hanlığı yönetiminde faal bulunan resmî görevlerin bilgisi ile beraber bu görevlere kimlerin atıldığı konusu eserde yer alan veriler arasındadır.

Firdevsü'l-İkbâl adlı 523 varaklık Çağatayca tarih kitabında geçen özel adların incelenerek tasnif edilmesinde amaç Klasik Sonrası Çağatay dili adı verilen Türk dilinin gelişim aşamalarından kabul edilen bir dönem hakkında yapılacak araştırmalara bir katkı sağlayabilme ve Türkçe'nin özel adlar konusundaki üretkenliğini çok da uzak olmayan bir geçmişten günümüze aktirebilme çabasıdır. Çalışmamızda geçen adlandırmalarda özel adlar dikkate alınmış ve bu dil varlıklarına hem anlam hem gramer cephesinden bakılmıştır.

Anahtar Kelimeler

Özel Ad, Firdevsü'l-İkbâl, Hıve Hanlığı

^a Sorumlu Yazar/Corresponding Author: Muş Alparslan Üniversitesi Kampüsü, Eğitim Fakültesi, Türkçe Eğitimi Bölümü, Diyarbakır Yolu 7. Km, 49250, Muş / Türkiye.
e-posta: rs.sisman@alparslan.edu.tr

Firdaws al-Iqbal and Proper Names

Abstract

The materials that are used in this text that is written with the aim of enrichment of proper noun researches are taken from the work called Firdaws al-Iqbal. In this historical work, there are detailed data about the geographical information, military expeditions of the khans and the stories about khans going hunting. Even though it is a study that treats the subject from political and economic aspects, there is also information about madrasahs, mosques, fortresses, vineyards, bridges and quasi buildings which were built under the conditions of zoning policies within the khanate borders and related records. Furthermore, this study also involves available information on all kinds of official duties and those who were assigned to these duties in the Khanate of Khiva.

The aim in examining and classifying the proper names that are mentioned in the Chagatai history book titled 'Firdaws al-Iqbal' consisting of 523 leaves is to contribute to the researches carried out on the era called 'Post Classical Chagatai' which is regarded as one of the developmental steps of Turkish language and to reflect the productivity of Turkish in terms of proper names from the recent past to present day. In the terminology of our study, proper names are noted and approached in terms of semantic and grammatical perspectives.

Keywords

Proper names, Firdaws al-Iqbal, the Khanate of Khiva.

1. GİRİŞ

Bir varlığı, kavramı, olguyu ya da şeyi adlandırma kalıcılığa, farklı kılmaya, belirgin hâle getirmeye hizmet eder. Adlandırmalarda kullanılan kelimeler, varlık ve nesnelere verilmişler, bir diğer ifadeyle dilde yüklendikleri göreve göre özel ad ve cins ad olmak üzere ikiye ayrılır (Korkmaz, 2003: 200).

Ad, Türk Dil Kurumu'nca anlatan, tanımlayan, açıklayan, bildiren şeklinde nitelendirilirken, Korkmaz adı "evrendeki canlı cansız bütün varlıkları, insan tasavvurundaki somut ve soyut bütün kavramları tek tek ya da tür olarak karşılayan sözcükler" şeklinde ifade etmiştir. Özel ad ise dar anlamıyla "tek bir kişiyi, belli bir canlı ya da cansız varlığı, bir düşünce ya da belli bir yeri anlatan adlar" olarak tanımlanmış ve özel adlar somut adlar içinde değerlendirilerek tek bir varlığın adı olan somut isimler özel ad kapsamında düşünülmüştür (Aksan, 1982: 94). Bununla beraber dilin kelimelerinden birinin, en sık olarak da bir tür adının, bir kişiye verilmesi onun özel ad sınıfına dâhil olması için yeterli görülmüştür (Aksan, 1982: 97).

Özel ad, dilin tür adı altında nitelendirilen genel söz varlıklarından bazılarının o dili konuşan kimi gruplarca farklı anlam bileşkelerinin dışında düşünülmesi ve bu şekliyle genel kullanımdan özel kullanıma indirgenmesi neticesi oluşmuş bir dil tasarrufudur. "Özel ad, ses ve heceden cümleye kadar herhangi bir dil biriminin anlam boşalmasına (asematisation) uğratarak kullanılmasıdır" (Karaağaç, 2009: 444). Cins ad ile ortak

malzeme kullanımı dışında müşterek noktaları bulunmayan özel adların varlıklara tek tek ad olması niteliği, ayırt edici görev kapsamında sayılmıştır.

Göstergenin gösterilen ya da kavram yönünden yola çıkarak anlatımı, gösterilenin bağlandığı göstereni inceleyen dil bilim dalı demek olan ad bilim (Toklu, 2011: 116), özellikle özel ad şeklinde düşünülen kişi ve yer adlarını ile bu adlandırmalarda tesir derecelerine göre belirleyici olan faktörleri inceler.

Yer adları bilimi (toponymie), dağ adları bilimi (oronymie), su adları bilimi (hydronymie), kişi adları bilimi (antroponymie) gibi kısımlara ayrılan ad bilim dalı bilhassa kişi ve yer adları sahasında verimli sonuçlara ulaşan çalışmalar gerçekleştirmiştir (Sakaoğlu, 2001: 10)

Özel kılınan, tek olan varlıkları gösteren, işaret eden adların başta geleni olan özel adlar kökenleri bakımından farklı oluşum aşamalarına ve anlamları yönünden türlü etkilere maruz kalmış sözcükler olup adlandırma amacıyla kullanılırken rastgele seçilmiş imgeler şeklinde tasarlanmış değerlerdir. Onlar, birey tarafından tüm somut ve ahlaki kişiliğin yansımaları olarak algılanır, sosyal bağlamda anlam kazanan statü, saygınlık ve çeşitli sosyo-kültürel yapılanmaları da belirtir (Emecan, 1998: 366). Bu sebepten halkbilimciler adı “insanın toplumsal ve bireysel kişiliğinin yanı sıra büyüsel ve gizemsel gücünü de belirten bir simge” olarak tanımlamaktadırlar (Örnek, 1977: 148). Bu itibarla adlar çağrışım değeri mühimsenmiş dil birimleridir.

Kapsadığı bu duyuşal kimlikten olsa gerek ad dağarcığı, bir milletin kültürünü yansıttığı derecede bireyin dünyasında da bir değer taşır. Dolayısıyla özel adlar özel tasarımlara, özel çağrışımlara yol açabileceği gibi, kişiye özgü duygu değerinin de taşıyıcısı durumundadır (Aksan, 2007: 96, 115).

Kültür araştırmalarını ilgilendiren çalışmalarda dil dizgesi içinde düşünülen birer birim olarak ele alınıp incelenmekte olan özel adlar, geçmiş ve günümüz zihniyetinin belirgin bir yansıması kabul edildiğinden, bilhassa şahıs adlarının araştırılmasının dil bilimi, tarih, sosyoloji, folklor, etnografi ve başka bilim alanları açısından çok önemli bulunduğu şüphesizdir (Memmedli, 1994: 95).

Ad seçiminin temelinde yatan dinsel, büyüsel, toplumsal inanç ve tasarımları saptama ve değerlendirme gibi unsurları tetkik eden ad bilimi bir yönüyle de kimi sözcüklerdeki ses ve biçim değişmelerini ilgilendiren dil olaylarının canlı delili hükmündedir (Acıpayamlı, 1992: 37). Arapça Sirâcu'd-devle adının İngilizcede Sir Roger Dowler şeklinde olması gibi (Palmer, 1882).

2. KİŞİ VE KAVİM ADLARI

Ad verme geleneğinin oluşmasında toplumların kültür tarihleri, birbiriyle olan etkileşimleri, bağlı buldukları dini, siyasi, sosyal ve kültürel çevreleri, sosyo-ekonomik yapıları etkilidir (Yalçın, 2004: 3119). Toplumdan topluma değişebilen bu çevre ve yapılardan olsa gerek ad verme toplumlar arasında çeşitlilik gösteren uygulamalarla gerçekleşir. Bir başka deyişle ad koyma bir toplumun kültür geçmişine ve sosyal değişimlere bağlı bir hüviyet taşır.

Yeni doğan çocuğa, kulağına ezan okuma suretiyle ad koyma İslam toplumunda süregelen mühim bir gelenektir. Öte yandan İslam öncesi Araplarda putların makamına ihtiramda bulunarak bebeğe isim verme bu geleneğin arkaik şekli olarak anılır. İdrak edilen zamanlar arası sosyal-kültürel farklılık, ad vermenin etkin rolü üzerinde değil de şekil ile ilgili kısmında tesir edici olmuştur. Orhan Şaik, tarafından Oğuz Kağan Destanı'nda, çocuğa, bir yaşına erdikten sonra bir toy yapılarak adın, bu törene katılan beylerce konduğunun dile getirilmesinde yine sözü edilen etkinin tespiti kaçınılmazdır (Gökyay, 2007). Bununla beraber Türklerde eskiden uygulanan âdetlerden biri de çocuğa, doğum sonrası, lohusanın kendine geldiğinde ilk gördüğü ne ise onun adının verilmesi şeklindedir. İslamiyet'ten sonra da eski ad verme geleneklerinin devam ettiğini gösterir örneklerin sayısı küçümsenmeyecek miktardadır. İslamiyet sonrasında Altay Türkleri arasında lohusa odasına ilk giren kimseye ait ismin çocuğa ad olması geçmişteki uygulamanın az da olsa değişerek devam durumuna misal teşkil eder niteliktedir (Gayretullah, 1963; Râsonyi, 1963: 78). Bütün bu örneklerin bizi ulaştırdığı, ad verme sadece bizim kültürümüzde değil diğer dünya halklarının kültürlerinde de önemli folklorik bir öge olup halk bilim çalışmalarının vazgeçilmez zenginlikteki malzemesi hükmünde görüldüğüdür.

Fark edileceği üzere adlandırmalarda toplumlar arasında geçerliliği kabul bulan uygulamalar genel çizgiler taşır: Dini ad kullanma; ünlü, saygı duyulan kimselerin ya da aile büyüklerinin adını alma (sosyal yaptırım) (Okay 2000: 120); yer, kavim, boy adlarının adını alma; atfedilen göreve göre; koruyan (apotropaeon: kötü ruhları korkutan) adları (Caferoğlu, 1968) verme; anne ve babanın sevgi şefkatini gösteren küçük, değerli, güzel anlamındaki (hypochoistica Meñli, Ahıçuk, Kutluk gibi) adları kullanma; Allah'ın adlarını içine alan (Teofor Ugan gibi) adları verme (Sakaoğlu, 2001: 11) oğlanlara kız adlarını verme ya da kızlara oğlan adlarını verme; çocuğun istenmediğini, sevilmediğini göstermek için ad verme (Çağatay, 1962: 13) gibi adı pek çok unsurun belirleyici fonksiyonu, halkça benimsenen genel eğilimlerin paralelinde değişerek devam eder.

Elde edilen bulgular neticesinde, Türklerin adlandırmada yaşadıkları coğrafi şartları ve kültür dairesini yansıtan söz varlıklarının izinden ayrılmadığı ve dahil olunmuş medeniyetin duyarlılıklarına ya da tâbi olunan dünya görüşüne uygun değişimler yaşadığı görülmüştür (Gülensoy, 1994: 5).

Nitekim bu anlayışla oluştuğu varsayılan: Güçlü hayvan adları: Böri, Bugra vb. güzel görünüşlü hayvan adları: Kuş vb. coğrafi adlar; Teniz vb. kavim adları: Çigil vb. yön ve vakit adları: Batu, Küz, Tün vb. bitki adları Budag vb. değerli maden adları: Témür vb. gök cisimlerinin adları: Yulduz... renk adları: Sarıg...(Gülensoy, 1999: 3) gibi somut cins isimler Firdevsü'l-İkbâl'de kullanılmış olan özel adlardan sadece birkaç tanesidir.

Türk dilinde ad vermede somut unsurların tesirli oluşunun yanında, millet hayatı boyunca yaşanan farklı medeniyet algıları ve kültür değerleri etkisiyle yaşanan değişimlerin de payı olduğu bilinir bir gerçekliktir (Öztürk, 2004: 2346). Bu sebeptendir ki tarihi kahraman ve siyasi liderle ilgili adlar, yatırırlarla ilgili adlar, peygamberler ve yakınlarıyla ilgili adlar bu türden değişimler sonrasında hayat bulmuş adlandırmalardır denilebilir (Örnek, 1975).

Günümüz etnograf-dilci gezginlerinin ad verme âdetlerini göz önünde tutarak hazırlamış oldukları listeleri incelemiş olan Râsonyi kişi adlarını tasniflendirdiği bir çalışmada aşağıda yer verdiğimiz sıralamayı kullanmıştır (Râsonyi, 1973: 73):

- (i) Totemistik adlar
- (ii) Amaçlı adlar (ebeveynin dilekleriyle ilgilidirler; koruyucu olanlar; kötü ruhları yanılma içindir, Allah adını kapsayan tefor niteliklidirler; uzun ömürlü, iyi karakterli ve mutlu olma niyeti taşıyanların yanında vücutla ilgili iyi özellikleri belirtenleri vardır. Görkemli adlar bu grupta yer alır.)
- (iii) Tesadüfi Adlar (Yeni doğan çocuğun göze çarpan bir özelliği; doğumdan sonra ilk göze çarpan nesne adı; çadıra, odaya giren ilk kimse; meteorolojik bir olay; mevsim, gün ve bayram günü; doğum zamanı (Sakaoğlu, 1994: 508); doğum yeri; yeni doğan çocuğun kaçınıcı çocuk olduğu)
- (iv) Rütbe, unvan adları
- (v) Ana baba duygularını anlatan adlar
- (vi) Tefor adlar
- (vii) Kişilere bağlı adlar (Ràsonyi, 1963: 78).

Kişi adları kültüre, inanışlara, sosyal değerlere ve politik yaklaşımları göre zaman içinde değişimler geçirmesi açısından çok yönlü incelemeye açık dil tanıklarındır (Başgöz, 2004). Bu anlamda gerçekleştirilecek çalışmalar neticesi oluşan veri malzemesi Türkçenin yazın tarihi boyunca bu sahadaki zengin kelime yapımı kabiliyetini ispata hizmet edecektir.

Kişi adlarında kullanılan dil öğelerinin sınıflandırılmasındaki oluşumlar ve tarihi süreçler kavim adları için de aynıdır. Türk dilinin adlandırma alanındaki kültür dokusu her anlamda kişi adlarını etkilediği nispette kavim adlarını da etkilediğinden her biri adına kullanılan kriter diğeri için de uygun bulunmuştur. Nihayetinde birbirleriyle ilgili bu adların verilmiş mantığı ortak bir duyuş ve düşünüşün ürünüdür (Gülensoy, 1999: 8).

3. RÜTBE VE UNVAN ADLARI

Adlarla karşımıza çıkan rütbe ya da saygınlık ifade eden isimler şunlardır:

- Bég İleri gelen nüfuzlu kimse; sahip.
- Biy Bey
- Gazi (Ar.) Gaza eden.
- Hâca (Far.) Efendi, hoca, molla
- Han Emir
- Hanım (Han kelimesine gelen iyelik ekinin kalıplaşmasıyla) Kadın
- Hatun Sogd dilindeki ḥwt~inh/ḥvāten “kraliçe” sözünden Türk dillerine geçmiştir (Gabain, 1988).
- Sardar Kumandan
- Sultan < Arapça sultān “Han” kelimesinin eş anlamlısıdır.

4. YER ADLARI

Coğrafya, bitki örtüsü ve yaşam koşullarıyla doğrudan ilgili bir unsur olduğundan yer adları bir milletin ortak hafızasında gizlide kalmış hatta bir anlamda efsaneleşmiş coğrafi, tarihi, siyasi meseleleri gün ışığına kavuşturacak nitelikteki söz varlıklarındandır. Halkın içinde yaşadığı çevreyi nasıl algıladığının tanığı olan yer adları aynı zaman da halkın

gözlem ve tecrübelerinin bir sonucu olduğundan çeşitli bilim dallarının dikkatine layık bir çeşitliliği barındırır (Şenel, 2008).

Yer adlarıyla ilgili bir çalışmada adlandırma, tabiata ve fiziksel koşullara dayanan ile insanlara ve topluluklara dayanan adlar şeklinde iki ana bölüme ayrılmıştır (Başkan, 1989: 237). Bu iki bölüm kendi içinde üçer alt bölüme ayrılarak çevreyle (yönler, yer şekilleriyle ilgili olanlar, madenler, değerli taşlar, mevsimler, günler, sayılar renkler) ilgili adlar; bitkilerle ilgili adlar, hayvanlarla ilgili adlar; kişilerin fiziksel yaşayışı ile (yiyecek, içecek, eşya konacak kap, kesici araç, savaş aleti, kumaş maddeleri, yapıyla alakalı kısımlar) ilgili adlar, kişilerin duygusal yaşayışı ile (hisler, aile bireyleri ve dinle) ilgili adlar, kişilerin kendi varlıkları ile (vücut kısımları, rütbe ve mevki ve insana ait sıfatlar, mesleklerle) ilgili adlar şeklinde sınıflandırılarak yeni baştan çeşitli alt birimlere bölünmüştür.

Anlaşıldığı üzere bir anlamda çevremizde gördüğümüz ve algıladığımız her şeyin adıyla ilgilenen bilim demek olan onomastik ya da ad bilimin içinde bulunan özel adlar (Aksan, 2007: 1), herhangi bir ulusun dili kültürü, tarihi ve etnolojisiyle yakından ilgili tanıkları olduğundan geniş ölçüde araştırılmaya muhtaç gizidir (Aksan, 1969: 176). Önceleri bir dilin genel söz varlığının içinde yer almışken daha sonra çeşitli biçim ya da anlam değişiklikleri ile bu genel sıralamadan ayrılıp tek bir varlığa özgü hâle gelen özel adlar adına yapılan çalışmalar tarih, coğrafya, etnoloji, sosyoloji gibi bilim dallarını yeni ufuk açıcı sonuçlara götürecek ya da bu amaç doğrultusunda destekleyici bir verimliliğin sebebi olacak etkinliktedir.

Bu yöndeki araştırmaların zenginleştirilmesi adına atılmış adımlardan biri sayılabilecek bu yazıya konu olan, Özel Ad ile ilgili çalışma Orta Asya Türk tarihi son döneminin yerli kaynaklarından olan Firdevsü'l-İkbâl adlı 523 varaklık Çağatayca tarih kitabında geçen özel adların incelenerek tasnif edilmesidir. Klasik Sonrası Çağatay dili adı verilen Türk dilinin gelişim aşamalarından kabul edilen bir devir hakkında yapılacak araştırmalara küçük de olsa bir katkı sağlayabilme ve Türkçe'nin özel adlar konusundaki üretkenliğini çok da uzak olmayan bir geçmişten günümüze aksettirebilme çabası hedefimizi oluşturmaktadır.

Özel adlar açısından incelenen metin Hîve hanlığı tarihinin kronolojik sıra ile anlatılan bu eser aynı zaman da Buhara, Hokand, İran ve Rusya ile olan diplomatik ilişkilerin de yer aldığı, Rusya ile Hîve hanlığı arasındaki devletler arası ticari münasebetin, hanlığa ödenen vergilerin de ele alındığı siyaseti ve ekonomiyi konu edinmiş bir kaynaktır (Kahya, 2010; Kaman, 2012; Şişman, 2012).

Yine eserde bu devirde hanlık sınırları içinde uygulanan imar politikaları dahilinde inşa edilen medreseler, camiler, kaleler, bağlar, köprüler ve buna benzer binalar kaydedilmiş, eserin Hîve hanlığında mevcut olan her çeşit resmî görev ve bu görevlere kimlerin atandığı konusundaki bilgilere yer verilmiştir.

19. asır ve 20. asrın başlarında Harezm'de yazılan bu tarihî eserde coğrafi bilgiler de mevcuttur. Hanların yapmış oldukları askerî seferler, ava çıkışları günü gününe kaydedilmiştir. Bu coğrafyadaki nehirler, göller, çöller, bağlar, şehirler anlatılmıştır. Harezm özellikle Türkistan tarihinin çok yönlü kaynak eseri olma ayrıcalığı, metinde kullanılan dili de önemli kılmaktadır.

Genel malzemeden türeme ve ancak bazı grupların özel ilgileriyle beraber varlık kazanması sonrası belirli bir zaman ve yer dilimine ait olma, özel adın tanımlanması adına umumi bir yaklaşımdır. Her dil için geçerli sayılabilecek bu yaklaşımın yanında özel adın tasnifi için öngörülen ölçütler her dilin içinde yer aldığı folklor, tarih ve kültür dairesine göre çeşitlilik sergilemektedir.

Çalışmamızda geçen özel adlar dikkate alınmış ve bu dil varlıklarına hem anlam hem gramer cephesinden bakılmıştır. Takip edilen yol, metinde geçen Türkçe kökenli olan ya da Türkçeleşmiş Türkçe olduğu halde, sonuna Türkçe ek almış özel adların tespiti ve bunların anlam ve yapı bakımından tasnifi şeklindedir. Sınıflandırmada önce kelime grupları dikkate alınmış ve tek kelime şeklinde olanlarla birleşik durumda olanlar en az iki kelimededen ve ikiden fazla kelimededen oluşan şekilde ayrı tertip edilmiştir.

Bu çalışmanın kaynağını teşkil eden metinde geçen özel adlar içinde bulunan kişi adları sıralanırken var ise unvan, rütbe ya da boy adları yalnızca tek kelimelik sıralamalarda yer alan adlandırmalarda Abak (Sultan) olmak üzere parantez içinde ayrıca ifade edilmiştir. Sınıflandırılma öncesi metinde sıkça karşılaşılan rütbe ya da saygınlık ifadesi taşıyan sözcükler ayrıca ele alınmış olmakla beraber tek kelimelik kişi adları parantez içinde gösterilmiştir. Aynı kişi ile ilgili kullanılan ad eserin farklı yerlerinde iki ayrı şekilde kullanılmış ise bu durum Kutulmet (Bég) (Krş. Kutluk Muhammad Bég), Bérđi 'Alī (Krş. Berdalı) şeklinde belirtilmiştir. Kavim adları ve yer adları diziliminde de düzen aynı surette devam ettirilmiştir.

Belirlenen kelimeler ile kelime grupları, kök hâlindeki adlar ve ek seçimine göre adlar olmak üzere bu kez yapıca özellikleri dikkate alınarak dizilmiştir. Metnimizdeki sıralama yapılırken özel adlar, dildeki hazır malzemenin ayırt edici göreviyle yükümlü kullanımları varsayılmıştır (Ahmedov, 1991). Kişi adları tasnifinde yaşanan coğrafya ve yaşatılan törelerin önemsendiği dizilimlere dikkat edilmiş, rütbe ile saygı ifadesi taşıyan unvanlar sözü edilen tasniflerin başında ayrıca ifadelendirilmiştir. Metinde unvan ve rütbe adı olarak kullanımın yanında bazı yerlerde unvan veya rütbenin özel ada dahil olduğu örnekler de bulunmaktadır (Çın Gazi vb.).

5. FİRDEVSÜ'L-İKBÂL'DE KELİME VE KELİME GRUPLARI ŞEKLİNDEKİ ÖZEL ADLAR

5.1. Erkek Kişi Adları

İzlenen yöntem, Türkçe kökenli olan ya da Türkçeleşmiş Türkçe olduğu halde, sonuna Türkçe ek almış özel adların belirlenmesi ve bu söz varlıklarının anlam ve yapı bakımından sınıflandırılmasıdır. Tasnifte önce kelime grupları dikkate alınmış ve tek kelime şeklinde olanlarla birleşik durumda olanlar en az iki kelimededen ve ikiden fazla kelimededen oluşan tarzında iki ayrı başlık altında alfabetik bir sıra takip edilmek üzere bir araya getirilmiştir. Diğer adlandırmalarda da aynı düzene riayet edilmiştir.

5.1.1. Tek Kelimededen Oluşan Erkek Kişi Adları

Bu grupta 192 özel ad vardır.

Abaka (Han), Abak (Sultan), Açıy, Aganay (Han), Agaday, Ağış (Sultan), Ahıçuk, Akatay (Han), Akım (Han), Akman, Alanca (Han), Alkonut, Almanca (Han), Altan (Han), Argun (Han), Arslan (Han), Artuk (Han), Ata, Atlı (Han), Atsız (Han), Ay (Han), Aydak, Ayim (Bég), Aymir,

Baba (Bég), Bagır (Bég), Balbars, Baltaş (Bég), Barın, Barmak (Biy), Barscar, Bartan, Batu (Han), Baydar, Baydu (Han), Baysun, Begceday, Béglér (Han), Békiş, Belikeç (Sultan), Belkeday, Berdalı (Bég), Berdi (Biy), Bérdiş (Bég), Bölekey (Han), Börke (Han), Buçuga (Han), Budağ, Bugra (Han), Buka (Han), Bulan (Biy), Bundaş, Buran, Burkay (Han), But, Buzancar (Han), Bürküt,

Cavçın, Cayılğan, Cumak (Bég), Cüci (Han), Çağatay (Han), Çakan, Çaksu, Çemişgezek (Bég), Çékli (Han), Çıntay, Çigil, Çın (Gazi), Çöngéy (Biy),

Dönmes (Sardar), Durdı (Bég),

Ékılık (Biy), Élbar (Han), Élçigen, Élbars (Han), Élçi (Bég), Él (Han), Éşim (Biy), Éş (Sultan), Geldi (Han), Irkıl (Hâca), İmlak,

Kaban (Biy), Kaçulı, Kaçun, Kadan (Han), Kal (Han), Kalcıday (Han), Kalman, Kara (Han), Kara (Biy), Karaça, Karakçı, Karatay (Han), Karavul (Han), Katagan, Kavçın, Kaya (Han), Kaydu (Han), Kecek, Kedü (Han), Kerçek (Biy), Kepek (Sultan), Kıyan, Köçe, Köçenek (Biy), Kök, Koçaş, Kubday, Kuçan (Bég), Kudu, Kutluk (Biy), Kuvanç, Kün (Han), Kutulmet (Bég) (Krş. Kutluk Muhammad Bég), Kürley, Küskün (Han), Küz (Han),

Masav (Biy), Meñli (Han), Mönge (Han),

Nagday (Biy),

Oguz, Okubay, Ordu (Han),

Ögetey, Öz (Han), Özbek (Han),

Palak,

Saklap, Salcıday (Han), Salur, Sarman, Savçı, Sayın (Han), Sırtlan, Soyırı (Biy), Söyünç, Süyündük (Bég), Süyün (Biy),

Tag (Han), Tagay (Béy), Taliş (Bég), Tanak, Taşım (Biy), Tavkara (Bég), Tay (Biy), Taylak, Temüğe, Témür (Biy), Téñiz (Han), Téveçi, Tévke (Han), Tilev, Togrul (Han), Togul, Tokay, Toktagu (Han), Toktav, Tubulga (Biy), Tugaçar, Tölegen, Töre (Bég), Töşekçi, Tursun (Han), Tüken, Tüñ, Türk,

Ugan (Sultan), Umbay, Usta, Urancı (Han),

Yagma, Yahşılık (Biy), Yalabca (Han), Yalañtuş, Yarlıkap (Bég), Yamança (Biy), Yarma, Yarlıkab (Bég), Yaylak, Yazır, Yesügey, Yılım (Krş. Nıyaz Bég), Yoliş, Yulduz (Han), Yumrı (Biy), Yuşumut.

5.1.2. En Az İki Kelimeden Oluşan Erkek Kişi Adları

Tek kelimeden oluşan adlar dışında kalanlardır. İki kelime ile oluşmuş kişi adları daha çok birleşik ad görünümündedirler. Bu grupta 120 kişi adı mevcuttur.

Ağzı Kara, Arda Töre, Ata Çökgen, Atalık, Ay Dogdı (Bég), Aytan Töre, Baba Aksak, Balta Aka,

Balta Atalık, Bağlan Ata, Baltaş Durman, Bartan Bahadur, Bay Böri (Han), Bat Kelki, Baysonkur, Bécen Kayan, Bekim Atalık, Bérđi 'Alı (Krş. Berdalı), Baylı Sardar, Begenç Bég, Bégi Sardar, Berdiş Atalık, Bérđi Bég (Han), Bég Turdı (Biy), Belgütey Ötçigin, Berdi Salur, Böri Bay, Börte Çene, Budan Kıyan, Bulcar Vaglan, Buskun Salcı, Büke Bindün, Bürgüt Bay,

Céren Kalmak, Cette Noyan (Krş. Cebe Noyan), Çitker Ürgenci, Ciyen Yomut, Cüci Buka, Cüci Kasar, Çarı Sardar, Çopan Sulduz, Çurlık Mergen,

Dey Noyan (Han), Dib Bakuy (Han), Dobun Bayan (Han), Dola Sardar, Dollı Teke, Dorcı Tayşı, Dönmes Toksaba, Dutumenen (Han),

Él Keldi, Él Tüzer, Élçi Noyan, Érümçi Barlas, Éş Bol, Éş Témür,

Inanç Oglan, İñ Miñ, İşal, İt Burak (Han),

Kabay Şire, Kabu Buka, Kaka Sardar, Kapan Bay, Kara Köz, Karagay Kalmak, Kandım Sardar, Karagay Atalık, Katagan Yahşı, Keke Bay, Kel Yasavul, Keng Yantak, Kereyit Oñ (Han), Kılıç Cübeci, Kızıl Takır, Kızılbaş Hanları, Koçkar Ata, Koñrat Kuvandık, Koş Bérgen (Biy), Kotu Mengü, Koy Maral, Kök Köz (Biy), Kök Özekli (Biy), Kök Sardar, Közi Kiçik, Kuçum Bural, Kunduz Atalık, Kuş Bérgen (Biy), Kün Dogdı, Kün Tugar,

Laçın Kalmak,

Mengübirti (Krş. Mengü Berdi), Mengü Temür (Han), Meñli Kéldi, Mergen Tayşı,

Nı' mat Kereng, Nöküz Éş, Nokay Noyan,

Odur Bayan, Okça Töbe, Oraz 'Ali, Orun Bay (Biy), Ökin Yarkak, Ötçigin Noyan, Öte Atalık, Ötemiş Atalık, Ötef Bay,

Saygındı Bay, Salcunay Üy, Salak Sardar, Sarıg Çavdur, Satıp Aldı (Bég), Sarıg Aygır, Suntay Témür, Süyek Kem,

Taşım Nayman, Témür Kürgen, Témür Taş, Ténri Berdi (Bég), Ténri Berdi (Biy)

Urak Bay, Yasugu Çaçan, Yav Basar (Bég), Yomut Berdi (Han), Yomut Kömek.

5.1.3. İki'den Fazla Kelimeden Oluşan Erkek Kişi Adları

İki veya daha fazla kelimeden oluşmuş kişi adları daha çok boy adı, rütbe adı gibi unsurlarla birlikte kullanıldığı gibi daha çok tamlama diye nitelendirebileceğimiz dil birlikleri hâlinde dirler. Bu bölümde de 60 kişi adı mevcuttur.

Abay Bég Göklen, At Kıran Bahadur, Ay Çuvak Töre,

Baba Çal Atalık, Baba On Bégi, Bay Kara Yüz Başı, Baylı Yüz Başı, Bég Turdı Tecen, Bégi Yüz Başı, Beki Yüz Başı, Berdi Bég Salak, Berdi Kaşka Yüzbaşı, Bérđi Kuş Bégi,

Ceren Yüz Başı, Ciyen Biy Yüz, Ciyen Kuş Bégi, Çon, Çong Kara Biy Keneges, Çong Kara Salur,

Él Kéldi Biy, Él Tüzer Bég, Ésen Bay Biy, Ésen Bay Kara Kalpak, Ésen Kéldi Biy, Ésen Atalık Bögeceli, Él Cigitey Noyan, Éş Bol Atalık, Éşim Yüz Başı,

(Kādır) Bergen Biy, Kandum Karavul Bégi, Kara Kalpak Bukan Biy, Kara Kalpak Töre Bég Kıyat, Kıyat Kara Kalpakı, Katta Bay Biy, Kavşuk Sardar, Kéldi Han Kör, Kıpçak Allaş Atalık, Kılıç Ak Kaş, Kıpçak Baba Daruga, Kıpçak Ésen Buga Çeçen, Koñrat (Krş. < Moğ. Konggırat< Onggırat) Ésen Keldi, Koñrat Bég Kelle Késér, Kuş Yéter Kalmak, Kutlı Bay Kalmak,

Mankıt Ciyet Atalık, Mankıt Yav Böri,

Nöküz Bég Balta,

Öte (Kulı) Atalık, Ötef Berdi Atalık,

Salak Yüz Başı, Sarı Tay Biy, Télegen Yüz Başı, Töre Bég Kıyat, Töre Bég Yüz Başı, Yollı Bay Çavdur.

5.2. Kadın Kişi Adları

Eski Türk kültüründe erkek ve kadın kişi adları arasında ayırım belirsizdir. Çoğu kere bilhassa eski Türk dillerinde kadın kişi adları için “kadın, hatun, katun”; Arap dilinden alıntı “zevce, avrat, avret” gibi ismin arkasına hemen getirilen sözcüklerle ifade edilmekteydi (Varis, 2004: 124).

Kıza ad verme erkeğe ad verme kadar mühim görülmemesi sebebiyle olsa gerek, veriler erkek adına göre daha azdır. Şefkatli adların ya da duygu yansıtıcı kelimelerin verilmesi erkek adlara nispeten daha özgür olan bir seçimin sonucu olarak değerlendirilmektedir.

Firdevsü'l-İkbâl'deki kadın kişi adlarının durumu ve bunlarla ilgili malzemenin kategorisi erkek adları için tespit edilenden farklı değildir. Yılduz, Günhan, Aytan... gibi kimi isimler her iki cins için de kullanılmıştır. Cümle anlamından kadın kişi adı olduğunu belirlenmiştir.

Tek kelimededen oluşan kadın kişi adı şeklinde sadece Kadak örneğine rastlanmıştır. Bunun dışında iki kelimededen oluşan örnekler şu şekildedir:

Aruca Hatun, Tarakay Hatun, Tohta Hanım, Tüdekü Hatun.

İkiden daha fazla kelimededen oluşan kadın kişi adı olarak sadece Börte Kavçın Hatun örneği görülmüştür.

5.3. Kavim Adları

Bu kategoride belirlenen kelimeler ile kelime grupları Kişi Ad'ında olduğu gibi tek kelimedenden oluşan, en az iki kelimedenden oluşan, ikiden fazla kelimedenden oluşan kavim adı şeklinde sıralanmıştır.

5.3.1. Tek Kelimedenden Oluşan Kavim Adları

Bu grupta 134 kelime mevcuttur.

Alak, Alaşa, Arabacı, Arık, Arulat, Aymak, Aynak, Baçkurulu, Baday, Bahrın (Kazak Türklerindedir), Balgalı, Başkır, Bayandır, Bayat (Oğuzların Bozok koluna bağlı boy), Bayraç, Bulgar, Burkut, Burmalı, Burlak, Buruncık, Burkaz, Cicüt, Çalcut, Çavdur, Çekli, Çerkes, Çıldır, Çırla, Çömekey, Durman, Égder, Elçigen, Érgeçlü, Ersarı (Krş. Érsarı), Éski, Geniges, Göklen, Gürgen, Gürlen, Halaç, İgdir, Kaçar, Kalmak (Krş. Kalmuk), Kancıgalı, Kañlı, Kanglık, Karadaşlı (Krş. Karadaşlu), Karlık, Kaşkaldaklı, Kaylı, Kazak, Kazalı, Kazılı, Kazuklı, Kégeyli, Kelekit, Kerki, Késeikli, Kıpçak, Kıranç, Kırimsa, Kışlık, Kıyan, Kıyat, Kızılbaş, Kobu, Koçuk, Konklut, Koñrat, Kopalı, Korlas, Koşut, Kotur, Kozgan, Kökçe, Kökerdeli, Kulancı, Kuralas, Kuvang, Kuyang, Kuyucek, Kürkürevk, Kürel, Kürlevüt, Kürley, Mankıt, Mankışlak, Margaklı, Markay, Merkit, Meruçak, Meşekli, Mınazlı, Miñ, Mogul, Munçaklı, Narkız, Nayman, Nirun, Nöküz, Orus, Oymavut, Ögüz, Ötemiş, Özbek, Sagca, Sakar, Salak, Salur, Sarık, Saruk, Sart (Krş. Tacik), Sevgenli, Söyünçi, Südük, Süzenli, Tabın, Tacik (Harezmi'nin asıl yerlisi olup "Sart" kelimesinin eş anlamlısı olarak da kullanılır), Taraci, Tarhanlıg (Çağatay kabilesinden olma durumu), Tatar, Taycut, Teke, Tonkamar, Toktamış, Türkmen, Uşak (Yomut Türkmenleri), Uygur, Uymavut, Uyşun (Kazak Türklerindedir), Yantaklı, Yemreli (Bir Türkmen kavmi), Yomut, Yüz (Özbeklerin bir kolu).

5.3.2. En Az İki Kelimedenden Oluşan Kavim Adları

Bu grupta 65 kavim adı mevcuttur.

Açamaylı Koñrat, Alan ve As, Ala Bölük, Aral Naymanı, Aral Nokuzu, Béş Arık, Béş Sarıg, Bögeceli Koñrat, Çandur Kıyatı, Cincel Uşak, Çonı Şaraf, Éş Kulı, Érümçi Barlas, Gürlenlik Nayman, İçki Salur, Kancıgalı Koñrat, Kara Çoka, Karaça Özbek, Kara Atlıg, Kara Çoka, Kara Kalpak, Kaşkaldaklı Kak, Katıg Agaç, Keç Kıran, Kelte Baş, Kelte Çınar, Kırk Kayır, Kızıl Yılgun, Kızılça Deresi, Kiçik Bursuk, Kiçikine Darya, Koç Ata, Kopa Arıg, Koş Bulak, Koş Töfe, Koş Köprüklik, Koş Küprügi, Koş Tam, Koşa Çungul, Kök Özek, Kök Özekli, Kök Töpe, Köprükly Yaf, Közsiz Suyı, Kuçumlu, Kum Senger, Kuncud Yarma, Kuran Éli, Küren Korganı, Küren Tagı, Kürtiş Ata, Miñ Bulak, Nokay Éli, Orta Kuduk, Orus Kuşçı, Öküz Çülge, Salak Kırimsa, Sansız Kudukı, Soltı Kudukı, Söyünçi Yolu, Tanga Hitay, Tört Kara, Tört Töpe, Uşak Urug, Üç Ok.

5.3.3. İki Den Fazla Kelimedenden Oluşan Kavim Adları

Bu grupta 20 kavim adı mevcuttur.

Hıtay Kara Kalpak (Krş. Hatay Kara Kalpak), Kara Han Teke, Kara Han Biy Teke, Kara Hanlı Teke, Kara Hanlıg Teke, Keneges Kara Kalpak, Koñrat Kara Kalpakıyya, Koñrat Koş Köprüki, Kök Öküz, Baba, Kuş Köprüklik Koñrat, Kul Yargan Nahrı, Kulan Kara Bag, Kuştamgalıg Nurtay Kara Kalpak, Nöküz Mankıt, On Tört Urug, Orta Yüz Kazak, Orun Bay Biy, Öküz Kétgen Nahrı, Şişli Kara Aygır, Taci Biy Kıyat.

5.4. Yer Adları

Bu kategoride belirlenen kelimeler ile kelime grupları kişi adlarında ve kavim adlarında olduğu gibi tek kelimedenden oluşan, en az iki kelimedenden oluşan, ikiden fazla kelimedenden oluşan yer adı şeklinde sıralanmıştır

5.4.1. Tek Kelimedenden Oluşan Yer Adları

Bu grupta 140 kelime mevcuttur.

Abıvard (Krş. Bavard), Adak, Agar, Atıl (Krş. Volga ya da İdil), Aybügür, Aygır, Bağlan, Bakırgan, Balıklı, Balıklıg, Balkan (Krş. Semelkan), Basu, Baş, Başkard, Bayat, Bêşikli, Bilgenli, Bosay, Bôriçi, Buldımsar (Krş. Buldımsaz), Burlı, Burma, Buryacı, Bürge, Çagatay, Çagıllı, Çalış (Amu Derya'nın koludur), Çamişgezdek (Aladağ ve Balkan bölgelerine verilen ad), Çandır, Çapma, Çat, Çatlı, Çertekli, Çétli Suyı, Çılpuq, Çırla, Çilegen, Çizmandı, Çorçut, Çumanay, Çungul, Dargan, Darugan, Derrigez, Durgaduk, Durun, Élcik, Enek, Engerik, Ernek, Érsarı, Éşim, Fitnek, Gaznin (Krş. Gazne), Gögerçinli (Krş. Gögerçinli), Gürlen, Güyük, Halaç, İşme, Kabaklı, Kahraman, Kakiştuvan, Kapkaklı, Kaplanlı, Karakum, Karnay, Katagan, Kazan, Késik, Kınak, Kökerdeli, Kulan, Kulançı, Kuvang, Kürdüş, Kürgen, Kürük, Mankışlak (Krş. Miñ Kışlak), Mankıt, Nayman, Nemeş, Ocarlı, Pisteli (Krş. Pıstalı), Saganç, Sakşın, Sayram, Sevgenli, Sunbar, Şagallar, Tallıg, Tallık, Tumarlı, Tankut (Tañut, Tübet), Tavkara, Tersek, Tın (Krş. Don), Torgavut, Tök, Tumarlı, Turbat, Tuzgan, Tuzlak, Tüñlükli, Ürgenç, Üsti, Üylük, Yantaklı, Yarmış, Yaska, Yaycı, Yayık, Yeñiçe (Krş. Yengiçe), Yılgnlı, Yumrı.

5.4.2. En Az İki Kelimedenden Oluşan Yer Adları

Bu grupta 157 yer adı vardır.

Acı Kak, Acı Kuduk, Ak Kaş, Ak Kır, Ak Köl, Ak Kum, Ak Öyrek, Ak Su, Ak Taş, Ak Töpe, Ak Yaf, Ak Yakış, Ak Yar, Ak Yaylak, Akça Tav, Akça Téngiz, Alaca, Ala Dag, Altı Töpe, Ar Tagı (Ulug Tag), Arık Balık, At Kécü, At Yolu, Aygır Arığı, Ayrı Tam, Bala Yatan, Balta Karga, Bék Töpe, Bêş Arıg, Bêş Arık, Bêş Tam, Bêş Töpe, Bêş Sarıg, Biyik Tag, Bôriçi Kırı, Bôriçi Sengeri, Bôrili Köl, Büten Kamış, Bugra Han, Burya Baf, Çañlı Basu, Çaş Baba, Çekes Töpesi, Çertekli, Çılpuq, Çiçi Korganı, Çingiz Kırı, Çotak Kır, Çuçka Baş, Çukur Kum, Deli Kuduk, Dengiz Kuduk, Erken Kun (Krş. Keskin kemer), Ereng Kırı, Erengni Kırı, Han Balıg, Han Keçür (Krş. Han Keçuy), Isıg Köl, İltice Kudugı, Kakma Süksevül, Kañlı Kıpçak, Kara Aygır, Kara Baylı, Kara Buka, Kara Köl, Kara Kurum, Kara Müren, Kara Tal, Kara Tegelek, Kargalar Mahallası, Karabaş Kécüy, Kara Kadak, Kara Sakal, Kara Su, Kara Tegelek, Kara Töpe, Kara Töpelik, Karaça Köl,

Karık Köli, Karlı Çırla, Katıg Köl, Kavruk Tam, Keç Kıran, Kınak Kırı, Kınak Yolu, Kırk Kayrı, Kıyat Koñrat, Kiçik Tag, Koñrat Korganı, Koyçı Kayrı, Kök Ordu, Kök Özek, Kökçe Yolu, Kum Çüngül, Kum Yaska, Kubaş Yolu, Kul Yargan, Kuş Köl, Kuş Köprük, Kör Kudug, Kuş Töpe, Küyük Tam, Maylı Cungal, Megecik Köli, Mergen Kırılğan (Mergen: Tüfekli Asker), Miñ Bulak, Muz Gömgen, Nan Yemes, Şor Bulak, Şor Kak, Şor Köl, Şor Kuduk, Şor Kuyı, Taş Ayak, Taş Ayaklıg, Togrı Çang, Tumar Köl, Toñuz Sırtı, Turañguli Baş, Turna Takırı, Ok Boyrı, Orta Kuduk, Ögüz Kétken, Özbek Yaf, Sarı Bay, Say Kéçü, Sırçalı Köli, Taş Köfrük, Ters Akar, Téve Boyun, Ulug Bursuk, Üç Acı, Üç Bölek, Üç Kersen, Üç Tagan, Üç Töpe, Üç Üzek, Üç Oçak, Üst Yurt (Krş. Ereng Kırı), Yalang Sengir, Yalangaç Kumı, Yaman Uygur, Yamgurlı Nahrı, Yañı Arık (Krş. Yañı Arıg), Yañı Yaf, Yartı Kum, Yayık Suyı, Yéti Yıgaç, Yılan Kırı, Yol Kudukı, Yuvan Suyı, Yügrük Baş.

5.4.3. İkiden Fazla Kelimeden Oluşan Yer Adları

Bu grupta 12 yer adı vardır.

Ak Taban Takır, Bala Koygan Töpe, Béş Sarıg Hıtay, Bütekeli Béş Töpe, Éş Bolay Köprüki, Kara Baylı Üzeki, Kara Şafak Kayırı, Kök Öküz Baba, Maylı Özek Nahrı, Teñri Yar Başı, Top Ayak Töpe, Top Atgan Töpe.

Firdevsü'l-İkbâl'de kullanılan özel adlandırmaları yapı yönünden incelememizde kök durumundaki adlar ve ek seçimine göre adlar şeklinde gruplandırılma tercihi yapılmıştır. Kişi adları kök-ek durumuna göre tasnif edilirken, isim soylu kök ya da gövdelerden sonra “+”; fiil soylu kök ya da gövdelerden sonra “-” işareti ile belirtme yoluna gidilmiştir. Eklerin kelimelerdeki işlevleri, özel adlarda biçimce benzerlikten öteye gitmez. Ne de olsa özel adlar dilin *saymaca* (Karaağaç, 2009: 44) niteliğindeki birimleridir. Üstelik özel adlardaki değişim ve gelişim dinamikleri dilin *kendi iç yapısından çok tarih, coğrafya, kavim ilişkileri gibi dil dışı* kaynaklarla paralellik arz eder (Karaağaç, 2005: 67).

6. KÖK-EK DURUMUNA GÖRE SINIFLANDIRMA

6.1. Firdevsü'l-İkbâl'de Kök Durumundaki Özel Adlar

6.1.1. Kök Durumundaki Kişi Adları

Abak, Ata, Ay, Bağır, Batu, Bugra, Buka, But, Çın, Él, Éş, Kal, Kara, Kaya, Kök, Kün, Küz, Tag, Tay, Tün,

Bay Böri, Éş Bol, Kök Köz, Yav Béğ.

6.1.2. Kök Durumundaki Kavim Adları

Miñ, Teke, Yüz,

Bék Töpe, Koç Ata, Koş Töfe, Tört Kara, Tört Töpe, Üç Ok,

Kara Han Teke, Kara Han Biy Teke.

6.1.3. Kök Durumundaki Yer Adları

Baş, Bayat, Çat, Tın (Krş. Don), Tök,

Acı Kak, Ak Kır, Ak Köl, Ak Kum, Ak Su, Ak Taş, Ak Töpe, Ak Yaf, Ak Yar Ala Dag, Bék Töpe, Bés Tam, Bés Töpe, Bugra Han, Çaş Baba, Kara Köl, Karakum, Kara Müren, Kara Tal, Kara Töpe, Kara Su, Kuş Köl, Kuş Töpe, Şor Kak, Şor Köl, Sarı Bay, Üç Acı, Üç Töpe, Üst Yurt, Yañı Yaf, Yéti Yığaç.

6.2. Ek Seçimine Göre Özel Adlar

Bu sınıflandırmada belirlenen kelimeler ile kelime grupları, ek seçimine göre düzenlenmiş olup yapıca özelliklerine dikkat çekilmek istenmiştir.

6.2.1. Kişi Adları (Erkek-Kadın)

-A: Dola (Sardar), Töre (Bég), Öte (Kulı),

-Ar: Él Tüzer, Kuş Yéter (Kalmak), Kün Tugar, Tugaçar,

-AnAk: Köçenek,

-ç: Kılıç, Kuvanç, Söyünç; Begenç Bey, Inanç (Oğlan),

-da: Arda Töre,

-DI: Bérđi, Durdı, Geldi; Ay Dogdı; Beg Turdı, Kün Togdı, (Meñli) Kéldi, Mengübirtı (Krş. Mengü Berdi), (Satıp) Aldı, Saygundı (Bay), Ténri Bérđi; Berdi Bég Salak, Kéldi Han Kör,

-DI-m: Kandım Sardar,

-dUk: Söyündük; (Koñrat) Kuvandık,

-dU-m: Kandım Karavul Bégi,

-ğ: Budag,

-ĞA: (Baba) Daruga, Tubulga,

-(Ğ)An: Bergen (Biy), Cayılgan, Katagan, Tölegen, Ugan; Ata Çökgen, Bergen Biy, Katagan Yahşı, Kuş Bergen, Témür Kürgen, Télegen Yüz Başı; -An: Bulan, Buran, Çakan, Kaban, Kapan, Kıyan, Kuçan, Tüken; Bécen Kayan, (At) Kıran (Bahadur),

-ğAy: Yesügey; Karagay (Kalmak),

-ğu: Toktagu; Yasugu Çaçan,

-ğun: Argun,

-I: Soyırı, Yumrı; (Katagan) Yahşı,

- k: Aydak, Baba Aksak, Közi Kiçik,
- kUn: Buskun (Salcı), Küskün,
- m: Akım, Taşım,
- mA: Yagma, Yarma,
- mAQ: (Céren) Kalmak, (Karagay) Kalmak, (Laçin) Kalmak; Kuş (Yéter) Kalmak, (Kutlı Bay) Kalmak,
- mAn: Kalman, Sarman; Baltaş Durman,
- mAZ: Dönmes,
- mİş: Ötemiş (Atalık),
- n: Sayın,
- ng: Kereng,
- p /(-b): Saklap; Satıp (Aldı), Yarlıkab (Bég),
- r: Yazır,
- (s)Un: Tursun,
- ş: Bérdiş, Taliş, Yoliş,
- uk: Artuk; Kavşuk (Sardar),
- (u)l: Toğrul, Togul,
- (u)r: Salur,
- v: Tilev, Toktav,
- vul: Kandum Karavul, (Keke) Yasavul,
- (A)y: Açay, Aganay, Agaday, Kabay, Kürley, Salcıday, Tagay, Tokay,
- +An: (Inanç) Oglan,
- +Ça: Almanca, Karaça, Yalabca, Yamañça; Okça Töbe; Aruca Hatun,
- +ÇI: Élçi, Karakçı, Savçı, Téveçi, Töşekçi, Ürgenci; Buskun Salcı, Érümçi Barlas, (Kılıç) Cübeci,
- +çuk: Ahıçuk,
- +dUz: Sulduz, Yulduz,
- +l: Kızılbaş,
- +lAr: Bégler (Han),
- +lI: Atlı, Baylı (Yüz Başı), (Atalık) Bögeceli, Çekli, Kaçulı; Baylı Sardar, Meñli (Kéldi); Baylı Yüz Başı; Kutlı Bay (Kalmak), Yollı (Bay Çavdur),
- +lIk: Atalık, Ékilik, Kutluk; Yahşılık; Atalık (Bögeceli), Baba Çal Atalık

+m: Bekim (Atalık), Éşim (Yüz Başı),
+man: Akman,
+sız: Atsız,
+tay: Akatay, Karatay.

6.2.2. Kavim Adları

-Aç: Halaç,
-(A)r: Salur, Kaçar,
-(Ġ)An: Kul Yargan Nahrı, Öküz Kétgen Nahrı; -An: Keç Kıran,
-ç: Kıranç,
-k: Sarık, Saruk, Uşak; (Ala) Bölük,
-kI: İçki Salur,
-I: Kürel,
-mAk: Aymak,
-mAn: Durman,
-mIş: Ötemiş, Toktamış,
-mA: Kuncud Yarma,
-msA: (Salak) Kırımsa,
-n: Gürlen, Kozgan; Kuran Éli,
-ng: Kuvang, Kuyang,
-y: Kürley,
+Aç: Bayraç,
+cAk: Kuyucek,
+ÇA: Karaça Özbek,
+ÇI: Érümçi Barlas, Orus Kuşçı,
+cIk: Buruncık,
+KInA: Kiçkine Darya,
+I: Kızıl (Yılgun),
+IAK: Mangışlak,
+II(Ġ): Açamaylı (Koñrat), Baçkurılı, Balgalı; Burmalı, Çékli, Érgeçlü, Kanlı, Kancıgalı, Karadaşlı, Kaşkaldaklı, Kaylı, Kazuklı, Kégeyli, Kökerdeli, Kuçumlu, Sevgenli, Süzenli, Yantaklı, Yemreli; Tarhanlıg; Kara (Atlıg); Kuştamgalıg (Nurtay Kara Kalpak),

+IIK: Kanglık, Karlık, Kışlık, Gürlenlik Nayman, Koş Köprüklik,
+mAn: Türkmen.

6.2.3. Yer Adları

-A: Adak,
-Ar: Ters Akar,
-ç: Saganç,
-I: Ayrı Tam, Togrı Çang,
-mA: Çapma,
-mAZ: (Nan) Yémes,
-n: Bağlan,
-ng: Ereng Kırı, Yalang Sengir,
-ş: Çalış; Ak Yakış,
-(Ġ)An: Katagan; (Mergen) Kırılğan; (Kul) Yargan, (Muz) Gömgen; (Bala) Koygan
(Töpe), (Top) Atgan (Töpe); -An: Bala Yatan,
-(I)k: Kesik, Yayık; Biyik Tag, Karık Köli, Kiçik Tag, Yügrük Baş,
-mA: Kakma Süksevül,
-mİş: Yarmış,
-U: At Kécü; Çañlı Basu,
-y: Éş Bolay Köprüki,
+Aç: Yalangaç Kumı,
+CIk: Élcik; Megecik Köli,
+ÇA: Akça (Tav), Akça Tengiz,
+ÇI: Böriçi, Buryaçı, Yayıcı,
+I: Béşikli, Bilgenli,
+IAK: Tuzlak; Ak Yaylak,
+IAR: Şagallar; Kargalar Mahallası,
+II: Çağıllı, Çatlı, Gögerçinli, Kaplanlı, Kapkaklı, Tumarlı, Tüñlükli, Ocarlı, Yantaklı,
Yılgnlı; Börili Köl, Çétli Suyı, Kañlı Kıpçak, (Kara) Baylı, Yamgurlı (Nahrı),
+II(Ġ): Balıklıg,
+IIK: Üylük, Tallık; (Kara) Töpelik,
+sIz: Közsiz Suyı, Sansız Kudukı,

7. SONUÇ

Bu çalışmada Firdevsü'l-İkbâl'de geçen özel adlar anlam ve gramer nitelikleri dikkate alınarak incelenmiştir. Uygulanan metot, metinde geçen Türkçe kökenli olan ya da Türkçeleşmiş Türkçe olduğu halde, sonuna Türkçe ek almış özel adların tespiti ve bunların anlam ve yapıca tasnifidir. Sınıflandırmada önce kelime grupları dikkate alınmış ve tek kelime şeklinde olanlarla birleşik durumda olanlar en az iki kelimedenden ve ikiden fazla kelimedenden oluşan şekilde üç grup şeklinde sıralanmıştır. Bu şekilde 900'e yakın kelime incelenmiştir. Bu incelemenin ardından belirlenmiş kelimeler ile kelime grupları ek seçimine göre adlar tarzında tasnif edilmiş ve yapı özellikleri dikkate alınmak istenmiştir.

Firdevsü'l-İkbâl'de kimi eklerde arkaik şeklin yanında yeni şeklin de çağdaş Özbekçenin etkisiyle tasarrufu söz konusudur (Şen, 2007: 1695). Bu tür eklerin her iki hâlinin de Çağataycanın son dönem eserlerinden olan metnimizde kullanılması sebebiyle ve Çağataycadan günümüz Özbekçesine geçiş aşamasındaki ek değişim aşamasını somutlandırmak adına, ekler tasnif edilirken bu iki şekillilik korunmuştur.

Ek seçimine göre yapılan çalışmada aşağıda sıralı eklerin kullanım sıklığının diğer eklerle oranla daha çok olduğu tespit edilmiştir. Ek seçiminde Kişi Adı kategorisinde:

-DI: Bérđi, Durdı, Geldi; Ay Dogdı...

-(Ġ)An: Bergen (Biy), Cayılğan, Katagan...

-mAQ: Céren Kalmak, Karagay Kalmak...

-(A)y: Açay, Aganay...

+ÇI: Élçi, Karakçı, Savçı, Téveçi; Çékli, Kaçulı; Baylı Sardar, Meñli Kéldi...

+IIk: Atalık, Ékilik, Kutluk; Yahşılık...

Kavim Adı kategorisinde:

+II(Ġ): Açamaylı (Koñrat), Baçkurılı, Balğalı; Burmalı...

+IIK: Kanglık, Karlık, Kışlık, Gürlenlik Nayman...

Yer Adı kategorisinde:

-(Ġ)An: Katagan; (Mergen) Kırılğan; (Kul) Yargan...

-(I)k: Kesik, Yayık; Biyik Tag, Karık Köli...

Netice itibariyle sözcükleri işleyen, onları kullanım sahasına çıkartan manalı ya da vazifeli şekiller olan eklerdir. Ekler köklerden gövdeler yaparken aslında kökteki anlamı veya bu mevcut anlamın derecesini değiştirir. Dilin tarihi seyri içinde kök ve ekteki gerek kendi bünyesinde sese dayalı ya da analogi yolu ile yani başka şekillere benzetme sonrası ortaya çıkan değişimler gerekse kök ya da ekin işleliğini yitirip büsbütün terk edilmesi gibi dil olayları karşısında metinlerin taranması yöntemiyle elde edilmiş malzeme, kelimenin kök ve ek dediğimiz şekillerinin yapısal ve anlamsal değişim süreçleriyle ilgili genel bilgilerimize özel dikkatler oluşturur.

Öngörülen hedef dilin gelişimiyle ilgili klişe bilgiler yanında metne dayalı detayların örneklerini sayıca arttırmaktır. Her kelime ve ek muhakkak bu yolda atılmış önemli bir yapı taşıdır.

KAYNAKÇA

- Acıpayamlı, O. (1992). *Görenek ve İnançlar*. Ankara: Kültür Bakanlığı Halk Kültürlerini Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Ahmedov, T. (1991). *Azerbaycan Toponimikasının Esasları*. Bakı: Bakı Üniversitesi Neşriyatı
- Aksan, D. (1969). X. Uluslararası Adbilimleri Kurultayı ve Düşündürdükleri. *Türk Dili*, 21(219), 176-178.
- Aksan, D. (1982). *Her Yönüyle Dil /Ana Çizgileriyle Dilbilim*. Ankara: TDK Yayınları.
- Aksan, D. (2007). *Her Yönüyle Dil /Ana Çizgileriyle Dilbilim*. Ankara: TDK Yayınları.
- Başgöz, İ. (2004). Adlarımız ve Sosyal Değişim, *TÜBA Günce*, (31).
- Başkan, Ö. (1989). Türkiye Köy Adları Üzerine Bir Deneme. *Türk Dili Araştırmaları Yıllığı-Belleten*, 237-251.
- Caferoğlu, A. (1968). Filolojide İnsan ve Hayvan Soy birliği. *Türk Dili Araştırmaları Yıllığı-Belleten*, 1-15.
- Çağatay, S. (1962). Türkçede 'kadın' İçin Kullanılan Sözcükler. *Türk Dili Araştırmaları Yıllığı-Belleten*, 13-49.
- Emecan, N. (1998). Türk Kişi Adlarının Değişen Sesi. Ankara: Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Yayınları.
- Gabain, A. V. (1988). *Eski Türkçenin Grameri*. (Çev.: Mehmet Akalın). Ankara: TDK Yayınları.
- Gayretullah, H. B. (1963). Kazak Türklerinde Kişi Adları. *Türk Kültürü*, (10).
- Gökyay, O. Ş. (2007). *Dedem Korkudun Kitabı*, İstanbul: Kabalcı Yayınları.
- Gülensoy, T. (1994). Türklerde Ad Verme Geleneği ve Hektor. *Millî Folklor*, 3(22).
- Gülensoy, T. (1999). Türk Kişi Adlarının Dil ve Tarih Açısından Önemi. *Türk Dili*, 1999/1 (565), 3-8.
- Kahya, H. (2010). *Münis ve Āgehi Firdevsü'l-İkbâl (vr. 1b-156b) (Giriş, İnceleme, Metin, Dizin)*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Türkoloji Enstitüsü.
- Kaman, S. (2012). *Firdevsü'l-İkbâl (156b-336a) (Giriş, Transkripsiyonlu Metin, İnceleme, Dizin)*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Türkoloji Enstitüsü.
- Karaağaç, G. (2005). *Dil, Tarih ve İnsan*. Ankara: Akçağ Yayınları.

- Karaağaç, G. (2009). *Türkçenin Söz Dizimi*. İstanbul: Kesit Yayınları.
- Korkmaz, Z. (2003). *Türkiye Türkçesi Grameri (Şekil Bilgisi)*. Ankara: TDK Yayınları.
- Memmedli, Y. (1994). Eski Türkçede Şahıs Adları ve Unvanları. *Türk Dili Araştırmaları Yıllığı-Belleten*, 95-110.
- Okay, M. O. (2000). İnsanlığın Ortak Adları. *Türk Dili Dil ve Edebiyat Dergisi*, 2000/II(584), 120-125.
- Örnek, V. S. (1975). *Türk Folklorunda Ad Seçme ve Ad Koyma*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Halk Bilim Yıllığı.
- Örnek, V. S. (1977). *Türk Halkbilimi*. Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Öztürk, J. (2004). *Türkçede Ad Koyma Geleneğinde Değişimler*. Ankara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yayınları.
- Palmer, A. S. (1882). *Folk-Etymology: A Dictionary of Verbal Corruptions or Words Perverted in Form or Meaning, by False Derivation or Mistaken Analogy*. London: G. Bell and Sons.
- Râsonyi, L. (1963). Türklükte Kadın Adları, *Türk Dili Araştırmaları Yıllığı-Belleten*, 63-87.
- Râsonyi, L. (1973). Türk Şahıs Adlarının Tasnifi. *Türkoloji Dergisi*, 1(1).
- Sakaoğlu, S. (1994). Çocuklara Ad Konulmasında Görülen Yenilikler. *Türk Dili*, 1994/1(508), 275-282.
- Sakaoğlu, S. (2001). *Türk Ad Bilimi*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Şen, M. (2007). *Tarihî Şivelerde Ek Uyumsuzluğu Var mı?*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları
- Şenel, M. (2008). *Gaziantep İlinin Yakın Taşınmış Yer Adları*. Uluslararası Gaziantep Araştırmaları (Sözlü Kültür, Dil ve Edebiyat) Sempozyumu, Gaziantep, 10-12 Nisan.
- Şişman, R. Ş. (2012). *Firdevsü'l-İkbâl (336b-523a) (Giriş, Transkripsiyonlu Metin, İnceleme, Dizin)*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Türkoloji Enstitüsü.
- Toklu, O. (2011). *Dilbilime Giriş*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Varis, A. (2004). Türklerin Ad Koyma Geleneği Üzerine Bir İnceleme. *Milli Folklor Üç Aylık Uluslar Arası Halk Bilimi Dergisi*, 8(61), 124-133.
- Yalçiner, N. (2004). *Türkçede Son Çocuğa Verilen Adlar*. Ankara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yayınları.

Kültürlerarası İletişim Bağlamında Alevi-Sünni Dikotomisi: Tunceli ve Elazığ Örneği

Mustafa YAĞBASAN ^{1,a}, Ali ÖZTÜRK ²

¹ Prof. Dr., Fırat Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü - Elazığ/ Türkiye

² Fırat Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü - Elazığ/ Türkiye

Başvuru tarihi: 17 Mart 2016

Düzeltilme tarihi: 17 Mayıs 2016

Kabul tarihi: 20 Mayıs 2016

Öz

Anadolu coğrafyası çok kültürlü yapısıyla zengin bir görünüm arz etmektedir. Türkiye’de etnik anlamda Türk ve Kürt kültürleri, teolojik anlamda ise Alevi ve Sünni inanışları baskın ve başat konumları ile dikkat çekmektedir. Alevi ve Sünni toplumları şüphesiz geçmişten günümüze dek farklı alanlarda birbirleriyle iletişim ve etkileşim içerisinde olmuşlardır. Siyasi mülahazalar bir tarafa bırakıldığında adı geçen kültürlerarasındaki uyumsuzluk ve iletişimsizliklerin daha ziyade önyargılara dayalı olarak marjinal boyutta kaldığını söylemek mümkün görünmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye’de farklı inanç kültürüne sahip olan Alevi ve Sünni toplumların birbirleriyle olan iletişimlerinin hangi boyutta olduğunu ortaya koymaktır. Araştırmanın bahsi geçen inanç kültürlerinin birbirlerini nasıl algıladıklarını, kurdukları bağların ve komşuluk ilişkilerinin hangi düzeyde olduğunu, gelenekler arasındaki farklılıklara veya benzerliklere nasıl baktıklarını incelemesi açısından önem arz etmektedir. Nesnel verilere ulaşmak amacıyla bu çalışmada Türkiye evreninden hareketle Tunceli ve Elazığ illeri örneklem olarak seçilmiştir. Veriler SPSS programında analiz edilmiş ve yorumlanmaya çalışılmıştır. Araştırma sonucunda Alevi ve Sünni inançları arasındaki iletişime, etkileşime ve algıya yönelik önemli bulgulara ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler

Kültürlerarası İletişim, Mezhepler, Alevi-Sünni

^a Sorumlu Yazar/Corresponding Author: Fırat Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, 23119, Elazığ/ Türkiye.

e-posta: myagbasan@firat.edu.tr

doi: 10.18506/anemon.258698

URL: <http://dergipark.gov.tr/anemon>

Copyright © 2013-2016 Muş Alparslan Üniversitesi

Alawi-Sunni Dichotomy with Respect to The Intercultural Communication: The Case of Tunceli and Elazığ

Abstract

The geography of the Anatolia presents a rich appearance with its multicultural structure. Turkish and Kurdish cultures are ethnically and Alawi and Sunni beliefs are theologically dominant and draw attention with their dominant status in Turkey. There is no doubt that Alawi and Sunni societies have communicated and interacted with each other in various areas from the past to the present. When political contemplations are put aside, it is possible to say that the discrepancy and the lack of communication between the mentioned cultures stay at the marginal dimension mostly based on prejudices.

The main purpose of this study is to put forward what the extent of communication of the Turkish and Alevi societies having different belief cultures in Turkey is. The study is of great importance in terms of studying how the mentioned cultures realize each other, at what level the links and the neighbor relations are, and what they think about the differences and the similarities between the traditions. Tunceli and Elazığ cities in Turkey have been selected as samples in order to obtain objective data. The obtained data have been analyzed with SPSS program and have been tried to comment on. In conclusion, significant findings about the communication, interaction and realisation between the Alawi and Sunni beliefs have been obtained.

Keywords

Intercultural Communication, Sects, Alawi-Sunni

1. GİRİŞ

Yerkürenin tüm coğrafyalarında olduğu gibi Anadolu coğrafyasında da farklı kültür ve etnik yapılar mevcuttur. Bu farklılıkların en belirgin olanlarından bir tanesi de kuşkusuz Alevi ve Sünni inanışlarıdır. Tarihsel süreçte farklı nedenlere dayalı olarak çatışma ve çekişme içerisinde oldukları bilinen bu mezhepsel oluşumların çoğu zaman pozitif etkileşim içerisinde olduklarını bilinmektedir. Ancak marjinal düzeyde kalan negatif algıların ise önyargılara dayalı olduğu ve bu durumdan daha ziyade Alevi toplumunun olumsuz etkilendiği görülmektedir. Bu bağlamda bilinen en yaygın önyargıya ‘mum söndü’ hadisesi örnek olarak gösterilebilir. Diğer taraftan Alevi toplumunda ise Sünni mezhebe dair oluşan ‘gerici’, ‘yobaz’ gibi kanaatlerin sıkça dillendirildiği bilinmektedir. Sonuç olarak bu tür olumsuzlukların iki inanç arasındaki iletişimin negatife dönüşmesine etki ettiği söylenebilir. Nesnel dayanaklardan yoksun bu tür enformasyonların geçekleri yansıtmadığına dair bir kanaatin oluşturulması ilişkilerin olumlu yönde seyrine kuşkusuz katkılar sağlayacaktır.

Günümüzde etnik ve mezhepsel oluşumlar artık belli coğrafyalara hapsolmuş değildir. Sanayileşme ve kentleşmeyle birlikte kırsaldan şehirlere veya metropollere yaşanan göçlerin etkisiyle Alevi ve Sünni toplulukları arasındaki komşuluk ve arkadaşlık ilişkilerinde doğal olarak bir geçişkenlik yaşanmaya başlanmış ve pozitif iletişim ve etkileşim süreci ivme kazanmıştır. Dolayısıyla farklı inanış ve kültürlerle dair olumsuz algılarının da zaman içerisinde değiştiği söylenebilir. Hiç şüphesiz süreç mevcut önyargıların minimize olmasına da katkı sağlamıştır. Ancak sürecin olumlu bu yönüne karşın metropollerde çoğu zaman mezhepsel ve kültürel bir gettolaşmanın oluştuğu bilinmektedir. Bu durum kuşkusuz ‘kapalı toplum’ düzenin muhafazasına ve potansiyel olarak mezheplerarası iletişim sürecini olumsuzlaşmasına neden olabilmektedir. Ancak süreci olumsuzlaştıran sebeplerin mezhepsel olmaktan çok daha ziyade siyasal mülahazalara dayalı olduğu gözlemlenebilmektedir. Bu çalışmanın amacı; Alevi ve Sünni toplulukları arasındaki etkileşimlerin ve iletişimsel ortamların hangi düzeyde olduğunu belirlemeye yöneliktir. Bu düzlemde yürütülen çalışmada önemli bulgulara ulaşılmıştır.

2. KURAMSAL, KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE LİTERATÜR

2.1. Kuramsal Çerçeve

Kültürü oluşturan birçok parametreden söz etmek mümkündür ve kültür aynı zamanda bireylerarası etkileşimin ve iletişimin de temel nüvesini oluşturmaktadır. Şüphesiz inanış ve ibadet anlayışı da bu temel tasnif arasında yer almaktadır. Gay, kültürü tanımlarken; “sosyal sınıf, din, dil ve etnik köken gibi farklılıklar kişilerarası etkileşimde toplumun temel özellikleridir” ifadesini kullanmaktadır (Gay aktaran Çırık, 2008: 31-32). Aslında bu tür farklılıkların sosyal ilişkilerde ve bireylerarası iletişimde birer “zenginlik” olarak addedilmesi gerekir. Ancak çoğu zaman bu tür farklılıkların ayrıştırıcı unsurlar olarak öne çıktığı da görülebilmektedir. Zira farklılıklar; “toplumların kutuplaşmasına, insanların birbirleriyle etkileşimlerinin kesilmesine ve toplumdan uzaklaşmalarına neden olmaktadır” (Çırık, 2008: 31-32). Yerkürenin tüm coğrafyalarında olduğu gibi Anadolu coğrafyası da tek bir kültürden, mezhepten veya etnik yapıdan oluşmamaktadır. Türkiye’nin farklı etnik ve mezhepsel yapısı multikültürel bir toplum olduğunun göstergesidir ve aslında değerlendirilmesi gereken bir sermayedir. Diğer taraftan demografik zenginlik kültürel algıyı ve öğrenmeyi de kolaylaştırabilmektedir. Ancak pozitif bu ortamlardan istifade etmek yerine çoğu zaman siyasi çatışmalar ve ayrıştırmalar için kullanıldığını söylemek mümkün görünmektedir.

Farklılıkları içselleştirmiş grupların öğrenme ve toplumsallaşma süreci elbette daha hızlıdır. Öğrenme ve öğretme, sosyal bağlam içerisinde, kültürel etkileşimler sonucunda gerçekleşmektedir. Kültürün deneyimlenerek öğrenilen bir süreç olduğu da göz önünde bulundurulduğunda; “... farklı kültürlerin analiz edilip değerlendirilmesinin, bireyin gelişimine önemli oranda katkı sağlayacağı söylenebilir” (Çırık, 2008: 31-32). Bu bağlamda yapılacak olan bilimsel çalışmalar ve değerlendirmeler bazı önyargıların nesnel verilere dayalı olarak ortaya konulmasına ve olumsuz algıların ortan kaldırılmasına katkı sağlayacaktır.

Kültür çatışması kuramı kavramsal olarak ilk defa Amerika’da, artan suç oranlarından göçmenleri sorumlu tutmak amacıyla ortaya atılmıştır. Çatışma, iki kültürün birbirini

dışlamaya çalışması sonucunda doğmaktadır. Kültür çatışması kuramına göre, bu kültür çatışmasının içinde yaşayan göçmenler, yabancı işçiler, etnik azınlıklar suç işlemeye daha yatkındır (Karasu, 2008: 261). Bu konuda ilk kuramsal çalışmalar Chicago Okulu'na yapılmıştır. Kent ve suç ilişkisine yönelik sosyolojik kuramları; Chicago Okulu'nun geliştirdiği 'ekolojik yaklaşım', 'anomi kuramı' ve 'kültür çatışması' kuramları şeklinde sıralamak mümkündür (Karasu, 2008: 259). Ancak bu çalışmaya dayanak oluşturan temel kuramsal yaklaşım 'kültürel dışlanma'dır. Kültürel dışlanma; ekonomik nedenlerden bağımsız olarak, toplumsal ve kültürel hayata dilediğince katılamama durumudur. Örneğin; bulunulan coğrafyadaki çoğunluk referans alındığında farklı bir etnik kökenden/ırktan gelmek ya da farklı bir din/mezhep üyesi olmak, çoğunluk dilini rahat konuşamamak ya da aksanlı konuşmak, farklı giyim kuşam ya da cinsel tercihler gibi nedenlerden ötürü toplumsal yaşamın genelinde süregitmekte olan etkinliklere alınmamak, soğuk davranılma ve engellerin çıkartılması şekillerinde tezahür etmektedir.

Yukarıdaki yargılarla bağlantılı olarak, kültür çatışmasının sadece farklı kültürlere sahip topluluklar arasında olduğunu söylemek yanlış olur. Çarkoğlu ve Toprak'a göre (2006: 95-96), "Türkiye'de de 'biz' ve 'ötekiler' türü bir ayrışmanın mevcudiyetinden söz etmek mümkündür. Bu ayrışma toplumun içe dönüklüğünün de bir göstergesidir. Kişiler çok kültürlü bir toplum yapısı dâhilinde ortak değerler geliştirmeye hevesli gözükmemektedirler. Burada 'biz' Türk-Müslüman-Sünni, 'öteki' ise Kürt, Alevi ve gayr-ı Müslim olarak nitelendirilebilir". Örneğin Adaman ve Keyder'in (2006) yapmış oldukları çalışmada belli gruplara yönelik kültürel, sosyal ve politik dışlanmanın olduğu tespit edilmiştir. Bahsi geçen bu çalışmada katılımcıların beşte biri etnik köken sebebiyle dışlandıklarını dile getirmiştir. Bu tespitler sosyal dışlanmanın kaçınılmaz olarak mekânsal ayrımcılıkla bir arada bulunduğunu da göstermektedir. Dolayısıyla sosyal dışlanmanın kökenini günümüz Türkiye'sinde yalnızca yoksullukta aramamak gerekir. Ötekileştirmenin ve çatışmaların sosyolojik bu boyutuna ilaveten etnik ayrımcılığın ve damgalamanın da önemli bir etken olduğu bu bağlamda göz ardı edilmemelidir.

Türkiye'de terörden dolayı kırsaldan şehirlere ve özellikle de Batı illerine yoğun bir göçün yaşandığı bilinmektedir. Bu bağlamda oluşan gettoların bazen ürkütücü boyutlara ulaştığı görülebilmektedir. Bu durum kuşkusuz Alevi toplumu için de geçerlidir. "İnsanlar kentsel mekânda tıpkı tabiattaki bitki ve hayvan gruplarının belli alanlarda toplanması gibi belli mahalle ve semtlerde toplanmakta, sosyal ve kültürel birlikler oluşturmaktadırlar. Ancak belirli bölgelerde yoğunlaşan ve yerlerinden edilmiş kişiler işverenler tarafından ucuz işgücü, ev sahipleri tarafından da evsiz, çaresiz kişiler olarak sömürülmektedirler. Dolayısıyla, zorunlu göç mağdurlarının kentlerin kenar bölgelerinde yoğunlaşmaları dışlanmalarını artıran bir etken olarak görülebilir" (Adaman ve Keyder, 2006: 51). Yapısal değişiklikler fiziksel yapıyı etkilediği gibi, kişilerin davranışlarını, heyecanlarını, yaşam biçimini de etkiler (Karasu, 2008: 260-274). Bu düzlemde hareketle; çalışma mezhepsel anlamda 'dışlanmanın' ve 'ötekileştirilme'nin nesnel verilere dayalı olmadığı temel hipotezi üzerine kuruludur ve bu bağlamdaki varsayımları test etmeye yöneliktir.

2.2. Kavramsal Çerçeve ve Literatür

2.2.1. Sosyolojik Açıdan Kimlik ve Mezhep

Kimlik, bireyin taşıdığı sıfat/sıfatların bütünüdür. Sosyal yaşam içerisinde birçok kimliğe sahip olan birey, duruma, şartlara veya ihtiyaçlara göre bunlardan birini veya birkaçını aynı anda baskın olarak kullanma ihtiyacı hissedebilmektedir. Birey kimliklerinin birçoğunu hayatı boyunca edindiği deneyimlerle belirlemektedir. Ancak mensubu bulunduğu örneğin ‘etnik köken’ veya ‘mezhep’ gibi unsurlara insanın çoğu zaman müdahil olabileme şansının bulunmadığı ve sorgulama ihtiyacı hissedilmeden kabul edildiği bilinmektedir. Diğer taraftan kimlik/kimlikler etkileşimler yolu ile de kazanılabilmektedir. Kimlik, tarihten günümüze değin bireyin tanınması veya isimlendirilmesi ile de ilintili bir husus olmuş ve kimliğe ‘şeref’ atfedilmiştir. Kimlik kuşkusuz aynı zamanda sosyolojik anlamda ihtiyaç ve zorunluluktur. Bireyi tanımlayan temel nitelikler arasında yer alan ve tanınma/tanınmama, bazen de yanlış tanınma yoluyla biçimlendirilen kimlik, içinde bulunulan toplum tarafından nesnel olmayan bir imaj yansıtması durumunda ise bireyin zarar görmesine ve çarpıtılmış bilgilerle baskı altında kalmasına neden olabilmektedir.

Sünni ve Alevi inanışları İslam’ı birbirlerinden farklı biçimde algılamaları ve yaşamaları ile anlam bulmaktadır ve kendilerine has duruşları olma iddiaları vardır. Teolojik tüm oluşumlarda olduğu gibi ‘irşat’ anlayışıyla çeşit kültürel yapılara ve ulaşabildikleri tüm coğrafyalara mesajlarını iletme gayreti içerisindeyler. Ancak farklı sosyokültürel coğrafyalarda ‘ilahi’ mesajların farklı algılanması her zaman mümkündür. Yani mesaj, her yörede oranın kültürel özellikleriyle harmanlanarak algılandığı için yeni bir yapı ve anlam içerecek şekilde yeniden inşa olur; ancak din içerisinde birbirlerinden farklılaşan grupların ortaya çıkması aynı zamanda birbirleriyle çatışmasını da beraberinde getirmektedir; çünkü ister din, ister mezhep, isterse cemaat seviyesinde olsun, her inanç grubu hakikati bizzat kendisinin temsil ettiğini iddia ederek ötekileri şu ya da bu şekilde dışlamaya başlar (Watt ve Albayrak’dan aktaran Yapıcı, 2009: 54). Bu süreçte etnosantrik eğilimler kendisini daha çok hissettirdiği için ‘öteki’ olarak algılanan alt dinî gruplar ‘dinden çıkmakla’, ‘sapkın’, ‘sapık’ ve ‘kötü’ olmakla suçlanırlar. Süreç aslında zihinsel anlamda sosyal gruplama (kategorizasyon) ile duygusal anlamda sosyal kıyaslamının doğal bir ürünüdür. Önce ‘biz’ ve ‘onlar’ kategorik ayrımı ortaya çıkar. Bu ayrım tarihsel, dinsel ve sosyokültürel gerekçelerle temellendirilir. Grup içi benzerlikler, gruplar arası farklılıklar ısrarla vurgulanır; ancak bu yeterli değildir; çünkü eğer grup, üyelerine saygın bir kimlik algısı sunmuyorsa varlığını devam ettiremez. Bu sebeple diğer grup ya da gruplarla kıyaslamalar yapılır (Turner’dan aktaran Yapıcı, 2009: 54) ve sosyal mesafe normları devreye sokulur, bu normlar grubun değer yargısı ve dünya görüşü hâline getirilir.

Kendi aralarında kısmi farklılıklar olmakla birlikte Sünniler genellikle Kur-an, sünnet ve fıkıh üzerinden şekillenen bir din ve kimlik algısına sahiptir. Sünnilere göre ideal bir Müslüman dinî, ahlaki ve geleneksel değerleri yaşayan ve yaşatmaya çalışan “gerçek bir Müslüman” olmalıdır. Onlara göre Müslümanlığın aslı budur. Bunun dışındaki yorumlar heterodokstur, yani İslam dışı unsurların katılmasıyla bulanıklaşmıştır. Dolayısıyla saf değildir. Sünni çerçeveden bakıldığında belli bir kesimin Alevileri az da olsa ‘sapık

inançlı' olarak addettikleri söylenebilir. Bu yaklaşım temelde 'mülhid', 'rafizi', 'zındık' ve 'dinsiz' gibi kalıp yargılarıyla yakından ilişkilidir. Buna yakın dönemlerde 'kızılbaş', 'komünist' vb. yakıştırmalar da eklenmiştir. 'Abdestsiz' ya da 'gusülsüz' gibi söylemler de yine bu kapsamda değerlendirilebilir. Aslında en fazla yaralayıcı ve aşağılayıcı itham cinsel ilişkide serbestlik çağrışımı yapan 'mum söndü' önyargısıdır (Türkdoğan'dan aktaran Yapıcı, 2009: 55).

Bu ön yargı diğer ithamlarla birleşince Aleviler, Yahudi ve Hıristiyanlardan daha uzak bir sosyal mesafeye yerleştirilmiştir. Öyle ki Dumont'un da belirttiği gibi bazı yörelerde: "Bir Alevinin Müslüman olabilmesi için önce Yahudi, sonra Hıristiyan daha sonra da Müslüman olması gerekir" şeklinde dile getirilen söylemler ortaya çıkmıştır. Sezgin de bazı bölgelerde: "Alevilerin Müslüman olabilmesi için ayaklarının altına bir kiremit ya da tuğla almaları ve o eriyene kadar yıkanmaları gerekir" şeklinde ifade edilen kalıp yargıların var olduğundan söz etmektedir (Yapıcı, 2009: 55).

Kendi aralarında çok ciddi farklılıklar görülse de Alevilerin İslam algısı Sünnilerin İslam algısından oldukça farklıdır. Bu farklılık tarihsel süreçte yaşananlarla birleştirilip yeniden üretilince Sünniler özellikle 'Yezit' kavramı üzerinden algılanıp damgalanmıştır. Onlara göre Kerbela faciasının sorumlusu olmaları hasebiyle Sünniler 'Yezidin ahfatları', 'Yezidin çocukları', 'Mervan' ve 'Münkirdir'. Buna bağlı olarak; "Varma Yezidin yanına, siner kokusu tenine" deyişinin Aleviler arasında yaygın bir şekilde kullanıldığı da bilinmektedir. Günümüzde ise yöresel farklılıklarla birlikte, 'yoz', 'yobaz', 'gerici', 'şeriatçı', 'muhafazakâr', 'modernleşemeyen', 'yabancı', 'sakallı' vs. tarzında kalıp yargıların dillendirildiği kaydedilmektedir (Engin ve Türkdoğan'dan aktaran Yapıcı, 2009: 55).

Tarihsel süreçten bugüne Sünni ve Alevi gruplarının birbirlerini çok çeşitli ithamlarla yaralamalarının arkasında kendi kimliklerini koruma arzuları yatmaktadır. Her ne kadar kendi aralarında az miktarda farklı görüşler taşıyanlar olsa da Alevilerin geneli Müslüman üst kimliği altında Alevi'ce yaşayıp Alevi olarak ölmeyi, yani kimliklerinden taviz vermeden varlıklarını devam ettirmeyi istemektedir. Günümüzde halen Aleviler tarafından sıkça gündeme getirilen; "Alevi köylerine zorla cami yaptırıldığı", "Din Kültürü Ahlak Bilgisi derslerinde sadece Sünni Müslümanlığın anlatıldığı", "Diyaret İşleri Başkanlığının İslamiyet'in sadece Sünni yorumuna göre yapıldığı ve hareket ettiği", "Devlet eliyle Alevilerin Sünnileştirilme çabası içerisine girildiği" ve nihayetinde "dışlandıkları, ayrımcılığa maruz bırakıldıkları, hatta yok sayıldıkları" yönündeki şikâyetler de Alevilerin sosyal, kültürel ve dini kimliklerini koruma arzularının yansıması olarak kabul edilebilir.

Dışlanan kadar dışlayanlar da kimliklerini ötekinin tehdidi altında hissettiği için her iki grup arasındaki ilişkiler etnosantrik bir görüntü içerisinde şekillenmeye devam etmektedir. Ancak insanların bilgi seviyesinin giderek artması, kültürel çoğulculuğun artık bir vakıa olarak kabul edilmeye başlanması, toplumda liberal eğilimlerin kuvvetlenmesi, demokratik yaşam biçimini benimseme sürecinde belli bir mesafe kat edilmesi vb. olgular Alevilerle Sünniler arasındaki ön yargıların kısmen zayıflamasına yol açmış görünmektedir. Özetle, Sünni ve Alevi grupların birbirleriyle ilişkilerini belirleyen temel faktör sosyal kimliklerdir; çünkü ötekinden farklı olma olgusu, ne açıdan farklı olduğuna bakılmaksızın gruplar arası ilişkileri belirlemeye hizmet etmektedir. Bu

sebeple Sünniler ve Aleviler kendilerini değerlendirirken daha ziyade olumlu, karşı tarafı değerlendirirken ise genelde olumsuz sıfatları atfetme eğilimi içerisindeyler. Her iki alt dinî-sosyal grubun birbirlerini algılamalarında tarihsel süreçte yaşanan acı tecrübeler ve tortuların etkisi hâlâ hissedilmektedir. Bunları yok etmek kolay değildir; zira Einstein' e atfedildiği üzere: “Ön yargıları parçalamak atomu parçalamaktan daha zordur.” Bir yerde farklı bir grup kimliği varsa o kimlik mutlaka ötekine rağmen, ama ötekiyle birlikte mevcuttur; çünkü hiçbir grup, dolayısıyla hiçbir kimlik tek başına var olamaz. Burada asıl önemli olan farklılıkların farkında olarak birlikte yaşayabilmenin imkânlarını bulabilmektir” (Yapıcı, 2009: 57-58).

2.2.1.1. Alevilik

Bilindiği gibi, sözlükte ‘Ali’ye mensup’, ‘Ali’ye ait’ ve ‘Ali soyundan olan’ anlamlarına gelen Alevî kelimesine terim olarak siyasi, itikadi ve tasavvufî açıdan çeşitli anlamlar yüklenmiştir. Bu terim siyasi alanda, Hz. Ali’nin birinci halife olması ve halifelüğün onun soyundan gelenlerce yürütülmesi gerektiği yönündeki kabullere sahip olanlar için kullanılmıştır. İtikadi alanda ise Hz. Ali’yi üstün olarak görenlerin yanı sıra, peygamberlik konusunda paye verenlerden uluhiyyet atfedenlere kadar pek çok farklı inanç taşıyanlar bulunmaktadır. Tasavvuf alanında silsilelerini Hz. Ali’ye dayandıran tarikatlar genel olarak Alevîliği ‘meşrep’ olarak isimlendirilmiş, aynı zamanda cehrî zikri tercih eden tarikatlar da Alevî kelimesi ile nitelendirilmiş ve bu görüşü benimseyenlerin piri olarak kabul edilmiştir (Üçer, 2005: 163-166).

Alevîliğin, inanç esasları noktasında farklı kabul ve yorumları bulunmakla beraber büyük oranda temel İslami inançları benimsediği görülmektedir. Bu durumu Hak-Muhammed-Ali üçlemesi bağlamında ulûhiyyet-nübüvvet-velayet çerçevesinde yorumladıkları bilinmektedir. Ehl-i Beyt merkezli bir dünya ve ahiret görüşünü benimseyen Alevilik inancı ibadet hayatını tarikat hayatı kalıplarında şekillendirip sadece bu alana hasretmiştir. Alevilik, diğer gruplarla olan ilişkilerinde tevella ve teberrayı temel prensip olarak görmektedir. İlham ve keşfi bilgi kaynağı, eline-diline-beline sahip olmayı ahlâkî ilke ve soya (ocaklara) dayalı tarikatlar için bir üst kimlik, kavram ya da bir ortak şemsiye olarak kabul etmekte ve benimsemektedir (Üçer, 2005: 163-166).

Ali ile Peygamber arasında en küçük görüş ayrılığı bulunmaz. Ali, Muhammed’e derin saygı, Peygamber’in ise Ali’ye büyük sevgisi vardır. Peygamber; “Ben bilimin kenti isem, Ali onun kapısıdır” diyerek onu değerlendirebilir. Böylece aralarında sıkı bir düşünce birliği, eylem uyumu vardır. Nitekim Alevîler de Ali ile Muhammed arasında bir görüş ayrılığı olduğunu kabul etmezler. Ancak, İslam’ın gerçek biçiminin Alevîlik olduğunu Muhammed’ten sonra gelen ilk üç halife döneminde İslam’ın gerçek yapısının bozulduğunu ileri sürer ve Emeviler döneminde İslâmın tümüyle yıkıldığını savunurlar (Bozkurt, 2010: 7-8).

Bugünkü anlamda Anadolu’da birinci dönem itibariyle (ki bu da miladi on altıncı asrın başlarına tekabül eder) Alevilikten bahsetmek mümkün görülmemektedir. Genellikle Osmanlı Devlet vesikalarında Kızılbaş ve Rafizi olarak adlandırılan ve bu isimlerle anılan bu toplum on dokuzuncu yüzyıldan itibaren Alevî ismini kullanmaya başlamıştır (Dalkıran, 2002: 103-108).

2.2.1.2. Sünnilik

Kelime anlamı itibariyle ‘gidilen yol’ ve ‘mecra’ anlamları taşır. IV. yüzyıldan günümüze kadar, Sünnî Müslüman dünyasının büyük çoğunluğunda ‘dört mezhep’ (mezahib-i erbaa) diye meşhur olan ve sırasıyla; Hanefî, Maliki, Şafii, Hanbelî mezheplerinin hâkim olduğu fetva, kaza ve eğitim müesseselerinin, bu mezheplerin etkisinde olduğu görülmektedir. Erken dönem fıkıh çevrelerinde ve ardından teşekkül eden mezheplerin ders halkalarında yetişen öğrenciler, yaşadıkları bölgelerin bir yandan fetva ve kaza makamlarında bulunmuşlar, öte yandan yüksek hukuk kültürünü şekillendirmişlerdir. Fıkıh, fert ve toplum hayatının hemen her alanını kapsadığından, fıkıh mezheplerinin İslâm toplumu üzerindeki etkileri siyasî, itikadi ve tasavvufî zümreleşmelere nispetle daha güçlü olmuştur (Ünverdi, 2011: 3-8).

Selçuklu döneminden önce var olan Hanefî-Şafii gerilimi, Selçuklu yönetiminin, Eş’ari-Şafii bloklaşması karşısında Maturidi-Hanefî görüşüne destek vermesi, Maturidiliğin Türkler arasında, Hanefiliğin de ülke genelinde yayılmasını arttırdığı gibi, Şafii-Hanefî farklılığını hızlandırmıştır. Zamanla topluma hâkim olan “dört Sünnî fıkıh mezhebini meşru kabul etme” anlayışının giderek yaygınlaşması ve kurumsallaşması sonucu, siyasi iktidarların bir mezhebin aleyhine faaliyetleri büyük ölçüde azalmıştır (Ünverdi, 2011: 3-8).

Türkiye’de Sünniliğin Hanefî ve Şafii mezheplerine mensup kişiler bulunmaktadır. Hanefî mezhebi, ismini, mezhebin metodolojisinin ve temel görüşlerinin oluşumunda önemli paya sahip Kufe’deki Re’y ekolünün öncülerinden olan Ebu Hanife’den almaktadır. Şafii mezhebi, özellikle İmam Şafii’nin hayatının son dönemini geçirdiği Mısır’da yayılmıştır. Osmanlıların Mısır’ı almasıyla birlikte, güç dengesi Hanefiliğin lehine değişmiştir. Bir dönem İran’da da etkili olan mezhep, zaman içerisinde bu ülkede yerini Şia’ya bırakmak zorunda kalmıştır. Günümüzde, Anadolu’nun doğu kesiminde, Kafkasya, Azerbaycan, Hindistan, Filistin, Seylan ve Malezya Müslümanları arasında Şafii mezhebine mensup olanlar bir hayli fazladır. Endonezya adalarında ise hâkim olan tek mezhep Şafii mezhebidir (Ünverdi, 2011: 18-30). Ancak hangi gerekçe ile olursa olsun, İslam tarihinde yaşanan mezhep kavgaları, daima Müslümanların aleyhine olmuş ve İslam medeniyetinin duraklamasına neden olmuştur.

2.3. Tarihsel Süreçte Anadolu’da Alevi ve Sünni Mezhepleri

Farklı renk, dil ve ırklardan oluşan insanların farklı görüşlere ve inançlara sahip olması tabii bir durumdur. Bu farklılıkları doğal kabul eden İslam ve Hz. Peygamber söz konusu özellikleri ‘Müslüman’ üst kimliğinde birer zenginlik olarak telakki etmiştir (Üçer, 2005: 13). XIV yy. başlarında Osmanlı henüz bir uç beyliği iken Selçuklu dönemindeki dini-tasavvufî yapısının etkisiyle bu süfiyane anlayışı bünyesinde barındırdığı bilinmektedir (Üçer, 2005: 160).

Alevi ve Sünni kültürlerinin ilişkileri Osmanlı ve Safevi devletlerinin arasında yaşanan savaşlar ve çekişmeler nedeniyle olumlu yönde gelişmemiştir. Şah İsmail’in Tebriz’deki konumunu sağlamlaştırmasından sonra (İran’da yürüttüğü faaliyetlere ek olarak) kendisine bağlılıklarını sürdüren pek çok müridinin yaşadığı Anadolu topraklarında da

yoğun bir propaganda faaliyeti sürdürmüştür. Anadolu'daki müritlerinin bu bağlılıkları o dönem Anadolu'nun içinde bulunduğu siyasi ve sosyal ortam gereği daha da artmıştır.

Orta Asya ve havalisinden Anadolu'ya yapılan göçler, Safevilerin etkisiyle aksi istikamete, yani Anadolu'dan İran'a yapılmaya başlanmıştır. Bu göçlerle İran'a giden grupların Safevi Devleti'nin kuruluşunda etkin rol aldıkları bilinmektedir. Safevilerin kurulmasına yardım eden bazı oymakların olduğu; bunlardan Hınıslı ve Çemişgezekli oymakların Erzurum'un güneyi ve Tunceli bölgesinde oturdukları bilinmektedir (Üçer, 2005: 167-168). Safevi devletinin Anadolu ile irtibatı daha eski olsa da Osmanlılar ile arasındaki resmi ilişkilerin Şeyh Safiyüddin'in altıncı batından torunu olan İsmail'in 1501'de Tebriz'de şahlığını ilan etmesiyle başladığını söylemek mümkündür. Ancak ilişkiler Şah İsmail'in Anadolu'ya yönelik faaliyetlerinin Osmanlı hâkimiyeti için açık tehdit içermesi nedeniyle olumsuz bir havada başlamış ve gelişmiştir. Taraflar asırdan süren ilişkiler içerisinde pek çok kez savaştıkları bilinmektedir.

1639'daki Kasr-ı Şirin Anlaşması Osmanlı-Safevi ilişkilerine uzun süreli bir sükûnet getirmiştir. İki devlet arasındaki barış süreci, 1772'de Afganlıların İran'a girmesiyle bozulma dönemine girmiştir. Türk tarihinde yeterli ilgiyi görmeyen Osmanlı-Safevi münasebetlerine dair yapılan çalışmaların büyük bir kısmı, Amasya Antlaşması'na kadar olan dönemi kapsar ve genellikle ilişkilerin siyasi-askeri seyrine odaklanır. Bununla birlikte çalışmalarda genel olarak öne çıkan husus mücadelenin mezhep ayrılığından kaynaklanan bir durum olduğudur. İlk dönemler için mezhep ayrılığının çatışmaya yol açtığı fikri doğru olsa da, yaklaşık yüz elli yıl devam eden bir savaş sürecini sadece bu nedene dayandırmak yeterli değildir. Zira Osmanlı-Safevi mücadelesi salt Sünni-Şii karşıtlığından öte iç ve dış dinamiklerin, bölgesel çeşitliliklerin, uluslararası ittifakların ve jeopolitik kaygıların daha etkili olduğu bir mücadeledir.

Mezhep ayrılığı şüphesiz Osmanlı-Safevi münasebetlerinde belirleyici faktörlerden birisiydi. Bununla beraber akademik tarihçiliğin odaklandığı konuların Sünni-Şii çatışmasından ziyade Safevilerin Anadolu topraklarında yürüttükleri propaganda faaliyetleri ve yol açtığı sorunlardır. Bilhassa Osmanlı merkezi idaresinin Safevi Şiiliğini benimseyen ve on iki dilimli kızıl taç ve kızıl sarık giymeleri nedeniyle 'Kızılbaş' olarak adlandırılan kesime karşı uyguladığı sert siyaset mezhepsel bölünmeye önemli oranda etki etmiştir. Öte yandan uzun süreli takibat ve cezalandırma siyasetinin etkileri günümüzde de hissedilecek şekilde Alevilerin giderek Sünni toplumdaki dışlanmalarına ve devletten uzaklaşmalarına neden olmuştur. Günümüzde akademik tarihçilik kadar popüler tarihçiliğinin de ilgisini çekek konuma gelen Alevilik-Bektaşilik sorunsalı üzerine bilimsel çalışmalara artması olumlu bir gelişme olacaktır (Küpeli, 2010: 17-19).

Cumhuriyet dönemine bakıldığında ise Alevi ve Sünni ilişkilerinin 1938 Dersim olayları ile birlikte gerilim sürecine girdiği görülür. Daha sonra gelişen Çorum, Sivas ve Maraş olayları ile Alevi ve Sünni iletişiminin olumsuz yönde etkilendiği, ancak günümüzde iki inanın ve kültürün daha iyi ilişkiler içerisinde oldukları gözlemlenmektedir.

2.4. Alevi-Sünni Dikotomisi

Sünni-Alevi ilişkilerine bakıldığında iki grup arasındaki iletişimin tarihten günümüze değin sağlıklı bir biçimde gelişmediği görülmektedir. Özellikle Osmanlı devleti

döneminde Alevi-Sünni inanişına mensup gruplar arasındaki iletişimlerin ve diyalogların temelinde siyasi odaklı gerilimler nedeniyle olumlu yönde seyretmediğini söylemek mümkün görünmektedir. Osmanlı-Safevi devletleri arasındaki siyasi mücadelelerin bu durumu önemli ölçüde etkilediği bilinmektedir. Günümüzde ise bu iki inanış arasında bazı sorunların hala varlığını sürdürdüğü görülmektedir. Özellikle Alevi toplumuyla ilgili ‘*mum söndü*’, ‘*gusülsüz*’ gibi ithamların bulunması ayrılıklara ve gerilimlere örnek gösterilebilir. Bu arada siyasi farklılıkların da önemli sorunlardan biri olduğunu söylemek mümkün görünmektedir. Dolayısıyla iki inanış arasındaki gerilimlerin altında siyasi mülahazaların baskın ve başat rol oynadığı söylenebilir. Alevilerin daha çok sol ve sosyalist siyasi akımların içinde olmaları; ‘*Marksist*’, ‘*Ateist*’, ‘*Komünist*’ veya ‘*Kızillar*’ gibi nitelendirilmelerine sebebiyet verirken, Sünnilerin ise daha çok sağ ve muhafazakâr hareketler içinde bulunmaları; ‘*Gerici*’, ‘*Yobaz*’, ‘*Milliyetçi*’ veya ‘*Ülkücü*’ şeklinde tanımlanmalarına neden olmaktadır.

Ayrıca yakın tarihte Maraş, Çorum ve Sivas gibi hafızalarda yer tutan olaylarda Alevilerin katliama maruz kaldıkları veya mağdur edildiklerine yönelik algılar da iki inanış arasındaki gerginliklere örnek gösterilebilir. Diğer taraftan aralarındaki kültür ve temel ibadet farklılıkları da birbirlerine karşı mesafeli durmalarına yol açabilmektedir. Yine evlilikler konusunda her iki toplumun muhalif refleks sergilemeleri de bir hipotez olarak dillendirilebilir. Ancak her şeye rağmen son dönemlerde özellikle gençlerin evliliğe daha olumlu baktıkları gözlemlenmektedir. Zira yapılan bazı bilimsel verilere ve gözlemlere bakıldığında ön yargılara rağmen her iki toplumun aynı ortamlarda bulunmaktan imtina etmedikleri, aynı okullarda okudukları, arkadaşlık ve komşuluk ilişkileri içerisinde oldukları tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle aralarındaki kültürel ve ibadet farklılıklarına ve tarihsel süreçteki olumsuz olaylara karşın her iki toplumun da birbirleriyle iletişime açık ve gönüllü oldukları söylenebilir.

3. VERİ SETİ, METODOLOJİ VE UYGULANAN İSTATİKSEL YÖNTEM

3.1. Araştırma

3.1.1. Problem Durumu

Sosyal bilimlerle uğraşmak sıradan bir bilgi edinme süreci değildir (Giddens’den aktaran Özmen, 2006: 21) ve sosyal bilimciler ilgilendikleri konuları sıradan ve toplumsal sorunlardan bağımsız ölçütlerle seçme özgürlüğüne sahip değillerdir. Sosyal bilimcilerin seçtikleri konular, içinde yaşadıkları toplumsal tarihten ve buna gösterdikleri kişisel duyarlılıklardan bağımsız olmamalıdır (Göle’den aktaran Özmen, 2006: 21). Bu açıdan içinde yaşanan toplumun sorunlarına duyarlı bir yaklaşımın benimsendiği bir bilimsel refleks, sosyal bilimlerin de özüne daha yakın görünmektedir (Özmen, 2006: 21).

Bu Araştırma var olduğu ön görülen bu tür sosyal sorunları, özellikle Alevi ve Sünni kültürleri özelinde test etmeye yöneliktir. Bu bağlamdan hareketle şu sorularla cevap aranarak alt problemler analiz edilmeye çalışılmıştır: İki kültürün bir birleri hakkında yanlış görüşleri var mıdır? Aralarındaki farklı siyasi görüş ve düşüncelere dayalı çatışmalar iletişimlerinde etkin midir? Alevi ve Sünni evliliğine taraflar nasıl

bakmaktadır? Bu grupların Alevilik, Sünnilik ve Müslümanlık hakkındaki düşünceleri ne yöndedir? Aralarındaki sosyal ilişkiler nasıldır?

3.1.2. Amaç

Alevi ve Sünni mezhepleri yıllardan beri Anadolu topraklarında birlikte yaşamışlar ve karşılıklı olarak etkileşimde bulunmuşlardır. Bu iki kültür geçmişten günümüze dek farklı alanlarda birbirleriyle iletişim kurmuşlardır. Aralarında olumsuz yönde gelişen iletişimin ve ilişkilerin sebebi karşılıklı olarak oluşturulan önyargılardır denilebilir. Örneğin Alevilik hakkında bilinen en önemli önyargılardan biri ‘mum söndü’ hadisesidir. Ancak günümüzde bu algının ortadan kalktığı görülmektedir. Aynı durum Aleviler tarafından Sünnilik inancına dair oluşturulan algılar için de geçerlidir. Zira bilgiye ulaşıldıkça, okuyan ve araştıran bireylerin sayısı arttıkça bu tür algıların yersiz ve yanlış olduğu ortaya çıkmaktadır.

Diğer taraftan sanayileşme ve kentleşmeyle birlikte kırsalda kapalı toplum şeklinde yaşayan Alevi ve Sünnilerin metropollere göçü ile birlikte Alevi ve Sünni toplumlar birbirine komşu veya mesai arkadaş olmak zorunda kalmıştır. Böylelikle aralarında bir iletişim ve etkileşim süreci oluşmuş, diyalog doğrudan sağlanmaya başlanmış ve tabuların yıkılması kaçınılmaz hale gelmiştir denilebilir. Ancak bazı metropoller de Alevi ve Sünni toplumlarının belirli bölgelerde kümelenmeleri, kendi mahallelerini ve sokaklarını oluşturmaları kapalı toplum düzeninin devamına neden olabilmektedir. Bu durum zaman zaman iki toplum arasında iletişim kopukluğuna neden olmakta ve toplumsal çatışmalara yol açabilmektedir. Kuşkusuz bu çatışmaların çoğunluğu mezhepsel olmaktan öte siyasal çatışmalardır. Tüm bu bilgiler ışığında bu araştırmanın amacı; Türkiye’de (Tunceli ve Elazığ ili özelinde) Alevi ve Sünni inanışlarının etkileşimini, önyargılara ilişkin kanaatlerini ve iletişimlerini ortaya koymaktır.

3.1.3. Önem

Türkiye’de mezhep bağlamında Alevi ve Sünni kültürlerinin iletişimlerine yönelik alan araştırmalarının tatmin edici düzeyde olmadığı ve tekrarlanabilir özellik taşıyan bu tür bilimsel verilere dayalı çalışmaların yetersiz olduğu bilinmektedir. Alevi-Sünni iletişimine yönelik araştırmalar daha ziyade kültürel ve teolojik açıdan ele alınmaktadır. Alevi-Sünni inanışları arasında yaşanan algısal sorunlara ve çatışmalara yer verilmemektedir. Konunun güncel verilerle desteklenmesi şüphesiz bu alana önemli ölçüde katkı sağlayacaktır. Dolayısıyla Alevi-Sünni inanışları arasındaki iletişimin boyutunu ortaya koyacak olması açısından bu araştırma önem arz etmektedir.

3.1.4. Hipotezler

“Kültürlerarası İletişim Bağlamında Alevi-Sünni Dikotomisi (Tunceli ve Elazığ İlleri Örneklemleri İle Mezheplerarası İletişim ve Etkileşim)” başlığı ile yürütülen bu araştırmada şu hipotezlerden hareket edilmiştir:

- (i) Denekler kendi inanışlarını bir mezhep olarak tanımlarlar,

- (ii) Denekler karşı inanç mensupları tarafından kendilerine ayrımcılık yapılmasını itici unsur olarak değerlendirirler,
- (iii) Denekler karşı inanç mensuplarını Alevi veya Sünni şeklinde tanımlarlar,
- (iv) Denklerin karşı inanış mensuplarından beklentileri kendilerine hoşgörülü olmalarıdır,
- (v) Denekler Alevilik ile Sünnilik arasında bir farklılık görmezler,
- (vi) Denekler, inanışlarının bir mezhebi çağrıştırdığı kanaatini taşırlar,
- (vii) Denekler karşı inanç mensupları ile daha çok kutsal bayramlarda bir araya gelmeye çalışırlar,
- (viii) Denekler karşı inanç mensuplarıyla daha çok alış-veriş ortamlarında etkileşim ve iletişim içerisinde olurlar,
- (ix) Denekler karşı inanç mensuplarıyla evliliğe olumlu bakarlar,
- (x) Denekler Alevi-Sünni bütünleşmesinin gerekliliğine inanırlar,
- (xi) Denekler karşı inanışın baskın olduğu ortamlarda mezhebi aidiyetlerini rahatlıkla söyleyebilirler.

3.2. Yöntem

3.2.1. Araştırma Modeli

Bu araştırmada bilimsel yöntem olarak Survey modeli uygun bulunmuş ve yöntem gereği anket tekniğine başvurulmuştur. Anket, öngörülen koşullar çerçevesinde (75 bin kişi ile 1 milyon nüfuslu yerleşim yerleri için öngörülen) en az 384 deneğe uygulanmıştır (Krejcie and Morgan 1970: 607-610). Bu yöntem ile Elazığ ve Tunceli illeri arasındaki (mezhepsel açıdan) inanç algısına, çatışmasına ve ötekileştirme kaygılarına yönelik korelasyon bilimsel verilere dayalı olarak ölçülmeye ve test edilmeye çalışılmıştır. Buradaki temel amaç iki inanç kültürünün iletişimlerini derinlemesine araştırmak ve iletişimleri hakkında bilimsel verilere ulaşmaktır. Araştırmanın örneklem gruplarını, şehir merkezleri oluşturmaktadır. Anket uygulaması için random yöntemi uygun bulunmuş ve tabakalama yöntemi gereğince katılımcılar rastgele seçilmiştir (Kaptan, 1993: 120-122).

3.2.2. Evren, Örneklem, Sınırlılıklar ve Kapsam

Araştırmanın evrenini Türkiye oluşturmaktadır. Her iki inanışın Türkiye genelinde heterojen bir dağılım gösterdiği bilinmektedir. Dolayısıyla araştırmanın genellenebilirliği açısından Türkiye evreni olarak belirlenmiştir. Ancak çalışma için Tunceli ve Elazığ illeri örneklem olarak seçilmiştir. Tunceli ilinde özellikle Alevi, Elazığ ilinde ise Sünni vatandaşların yoğunluklu olması demografik açıdan bu illerin örneklem seçilmesinin temel nedenidir. Araştırmanın Tunceli ve Elazığ il merkezleriyle sınırlı tutulması ve anket uygulamasının eşzamanlı olarak yürütülmesi ise araştırmanın sınırlılıkları olarak belirlenmiştir.

3.2.3. Anket Uygulanması, Verilerin Toplanması ve Analizi Yöntemi

Anketler Tunceli ve Elazığ illeri merkezlerinde anket sayısı eşit şekilde ikiye bölünerek (192+192=384 şeklinde) uygulanmıştır. Anket uygulaması şehir merkezlerinde vatandaşlarla yüz yüze görüşme tekniğiyle yürütülmüştür. Anketin objektif biçimde uygulanabilmesi ve sonuçlarının nesnel olarak değerlendirilebilmesi için vatandaşlardan kimlik bilgileri istenmemiştir. Çalışma, rastgele (random) örnekleme yöntemi kullanılarak ulaşılan 384 denek üzerinde yapılmıştır. Elde edilen veriler bilgisayar ortamında SPSS 16,0 sürümü kullanılarak değerlendirilmiştir. Hataların engellenebilmesi ve soruların anlaşılabilirliğinin test edilmesi amacıyla anket formu, öncelikle beş kişilik bir denek grubuna uygulanarak ön test yapılmış ve tespit edilen hatalar düzeltilerek genele uygulanmıştır.

3.3. Verilerin Çözümü

3.3.1. Verilerin Analizi

Bu araştırma için örneklem olarak Tunceli ve Elazığ illeri belirlenmiştir. Bu illerin tercih nedeni; her iki ilin aynı coğrafi konumda ve birbirlerine komşu il olmalarına rağmen farklı inanış ve mezhep anlayışının (Alevi-Sünni) baskın olmasıdır. Dolayısıyla bu çalışma için en sağlıklı ve nesnel verilerin bu illerden toplanabileceği düşüncesi bu tür bir örneklem seçiminin nedeni olarak gösterilebilir. Bu bağlamda Tunceli ilinde 192 ve Elazığ ilinde 192 olmak üzere 384 deneye random yöntemi ile anket uygulanmıştır.

Tablo 1. Elazığ İlinin Demografik Bulguları

	a		b		c		d		e		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Cinsiyet	89	46.4	103	53.6							192	100
Yaş	26	13.5	41	21.4	55	28.6	51	26.6	19	9.9		
Eğitim	14	7.3	24	12.5	74	38.5	80	41.7			192	100
Mezhep	105	54.7	87	45.3	-	-	-	-			192	100

Tablo 2. Tunceli İlinin Demografik Bulguları

	a		b		c		d		e		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Cinsiyet	91	47.4	101	52.6							192	100
Yaş	98	51.0	46	24.0	29	15.1	9	4.7	10	5.2		
Eğitim	17	8.9	16	8.3	120	62.5	39	20.3			192	100
Mezhep	4	2.0	161	84.0	27	14.0	-	-			192	100

Tablo 3. Deneklerin Demografik Bulgularının Genel Dağılımı

	a		b		c		d		e		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Cinsiyet	180	46.9	204	53.1							384	100
Yaş	124	32.3	87	22.6	84	21.9	60	15.6	29	7.6	384	100
Eğitim	31	8.1	40	10.4	194	50.5	119	31.0			384	100
Mezhep	109	28.4	248	64.6	27	7.0	-	-			384	100

Cinsiyet	: a- Erkek	b- Kadın			
Yaş	: a- 15-18	b- 19-25	c- 26-35	d- 36-50	e- 51 ve üzeri
Eğitim	: a- Okur-Yazar değil	b- İlköğretim	c- Lise	d- Üniversite	
Mezhep	: a- Sünni	b- Alevi	c- Mezhepsiz	d- Diğer	

Yukarıdaki verilere göre; Elazığ ilinde ankete iştirak eden kadınların oranı % 53,6; erkeklerin oranı 46,4'tür. Tunceli'de ise kadınların oranı % 52,6; erkeklerin ise % 47,4'tür. Bu veriler, ulaşılan katılımcılar açısından hem cinsiyetlere hem de illere göre paralellik arz etmektedir. Elde edilen verilere bakıldığında Elazığ ilinde ankete katılan deneklerin yaş aralığında dengeli bir dağılım olduğu görülürken, Tunceli ilinde yaş aralığının ağırlıklı olarak % 51,0 ile 15-18 gurubundan oluştuğu görülmektedir. Deneklerin illere göre eğitim durumlarına ilişkin karşılaştırmalı verilerine bakıldığında; ulaşılan deneklerin eğitim durumları ağırlıklı olarak Lise ve Yükseköğretim düzeyindedir. Ancak Tunceli ilindeki deneklerin ağırlıklı olarak (% 62,5) Lise, buna karşın Elazığ ilinde ise (% 41,7) Yükseköğretim mezunlarından oluştuğu görülmektedir. Elazığ ilinde yapılan anket uygulamasında; deneklerin % 54,7'si Sünni, % 45,3'ünün ise Alevi oldukları, Tunceli ilinde ise deneklerin % 83,9'u Alevi olduklarını beyan ederken sadece % 1,6'sı Sünni olduklarını ifade etmişlerdir. Genel duruma bakıldığında ise ankete katılan deneklerin % 28,4'ünün Sünni ve % 64,6'sının ise Alevi olduğu tespit edilmiştir. Ortalama bir değere ulaşamamış olmasının nedeni Elazığ'ın demografik yapısının Tunceli'ye nazaran daha heterojen olmasına dayandırılabilir.

Tablo 4. Elazığ'daki Deneklerin Sünniliği, Tunceli'deki Deneklerin ise Aleviliği Nasıl Tanımladıklarına İlişkin Görüşleri

	Elazığ		Tunceli		GENEL	
	f	%	f	%	f	%
Din	33	17.2	62	32.3	95	24.7
Mezhep	144	75.0	91	47.4	235	61.2
Öğreti/Felsefe	13	6.8	23	12.0	36	9.3
Tarikat	2	1.0	14	7.3	16	4.3
Diğer	-		2	1.0	2	0.5
Toplam	192	100	192	100	384	100

Elde edilen verilere bakıldığında Elazığ'da ulaşılan katılımcıların %75'i Sünniliği '*bir mezhep*', % 17,2'si ise '*bir din*' olarak görmektedirler. Buna karşın Tunceli ilinde ulaşılan deneklerin ise % 47,4'ü Aleviliği '*bir mezhep*', % 32,3'ü ise '*bir din*' olarak görmektedirler. Genel değerlendirmeye bakıldığında; anket uygulamasına iştirak eden deneklerin % 61,2'sinin mensubu buldukları inancı bir mezhep, % 24,7'sinin ise bir din olarak değerlendirdiklerini söylemek mümkün görünmektedir.

Tablo 5. Elazığ ilindeki Deneklerin Alevi Olanlarda, Tunceli İlindeki Deneklerin ise Sünni Olanlarda En İtici Buldukları Yönlerinin Ne Olduğuna Dair Bulgular

	Elazığ		Tunceli		GENEL	
	f	%	f	%	f	%
Mezhepleriyle ilgili yanlış inanışları	62	32.3	79	41.1	141	36.7
İslamiyet'i farklı yaşamaları	94	49.0	33	17.2	127	33.1
Sünni olmamaları/Alevilere yapılan ayrımcılık	36	18.8	80	41.7	116	30.2
Toplam	192	100	194	100	384	100

Elazığ ilinde ulaşılan deneklerin görüşlerine göre Alevilerin en itici yönü (% 49) “*İslamiyet’i farklı yaşamaları*”dır. Buna karşın Tunceli ilindeki deneklerin ise Sünnilerde en itici buldukları unsur (% 47,7) kendilerine “*(Alevilere) yapılan ayrımcılık*”tır. Ancak Sünnilerin “*Alevilikle ilgili yanlış inanışları*”da dikkat çekmektedir diğer önemli bir bulgudur.

Tablo 6. Deneklerin Sünni - Alevi Olmayanları Nasıl Tanımladıklarına İlişkin Görüşleri

	Elazığ		Tunceli		GENEL	
	f	%	f	%	f	%
Alevi / Sünni	46	24.0	75	39.1	121	31.5
Dinsiz / Dinci	14	7.3	45	23.4	59	15.4
Müslüman	99	51.5	34	17.7	133	34.6
Alevi / Sünni Müslüman	33	17.2	25	13.0	58	15.1
Diğer	-	-	13	6.8	13	3.4
Toplam	192	100	192	100	384	100

Elde edilen verilere bakıldığında Elazığ ilindeki deneklerin Sünni olmayanları (% 51,5) ‘*Müslüman*’ şeklinde tanımlandıkları görülmektedir. Bununla beraber ‘*Alevi*’ veya ‘*Alevi Müslüman*’ yanıtları da dikkat çekmektedir. Buna karşın Tunceli ilinde ise katılımcılar Alevi inanışından olmayanları % 39,1’lik oranda ‘*Sünni*’ ve % 23,4 oranında ise ‘*Dinci*’ olarak tanımladıkları tespit edilmiştir.

Tablo 7. Deneklerin Farklı İnanış Mensupları Olarak Birbirlerinden Beklentileri

	Elazığ		Tunceli		GENEL	
	f	%	f	%	f	%
Hoşgörü	84	43.8	38	19.8	122	31.8
Eşitlik	32	16.7	67	34.9	99	25.8
Sünnilik/Alevilik ile ilgili yanlış yargıları terk	73	38.0	81	42.2	154	40.1
Diğer	3	1.5	6	3.1	9	2.3
Toplam	192	100	192	100	384	100

Elazığ ilindeki deneklerin farklı inanış mensubu olarak gördükleri Alevilerden beklentileri ağırlıklı olarak (% 43,8) ‘*Hoşgörü*’, buna karşın Tunceli ilindeki deneklerin ise Sünnilerden beklentileri (% 42,2) ‘*Alevilikle ilgili yanlış inanışları terk etme*’dir. Tunceli ilinde anket uygulamasına iştirak eden deneklerin diğer bir beklentisi olan ‘*Eşitlik*’ seçeneği de (% 34,9) dikkat çekmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde ise

her iki ildeki deneklerin karşı inanıştan ağırlıklı olarak (% 40,1) “Sünnilik veya Alevilik ile ilgili yanlış yargıları terk etme” beklentisi içerisinde oldukları sonucuna ulaşmıştır.

Tablo 8. Alevilik ile Sünnilik Arasında Ayrılık Olup Olmadığına İlişkin Bulgular

	Elazığ		Tunceli		GENEL	
	f	%	f	%	f	%
Evet	81	42.2	100	52.1	181	47.1
Hayır	111	57.8	92	47.9	203	52.9
Toplam	192	100	194	100	384	100

Elde edilen bulgulara göre Elazığ ilindeki katılımcılar ağırlıklı olarak (% 57,8 oranında) Alevilik ile Sünnilik inancı arasında bir fark görmemektedirler. Tunceli ilindeki deneklerin ise (% 52,1 oranında) Alevi inancı ile Sünnilik arasında bir fark olduğunu beyan etmişlerdir. Ancak % 47,9 gibi bir oranın fark olmadığına yönelik görüş belirtmeleri dikkat çekmektedir. Genel değerlendirmeye bakıldığında ise Alevilik ile Sünnilik arasında bir ayrılık olup olmadığına dair deneklerin görüşlerinin dağılımında oransal olarak bir eşitliğin olduğunu söylemek mümkün görünmektedir.

Tablo 9. Alevi ve Sünni Kavramların Neyi Çağrıştırdığına Dair Deneklerin Görüşleri

	Elazığ		Tunceli		GENEL	
	f	%	f	%	f	%
Kur'an'a/Sünnete bağlı bir şeriat anlayışı	13	6.8	59	30.7	72	18.7
İslami bir mezhep	41	21.4	93	48.5	134	34.9
Hz. Ali ve Ehlibeyt taraftarı/karşıtı olma	138	71.9	40	20.8	178	46.4
Toplam	192	100	192	100	384	100

Elazığ ilinde ankete katılan deneklerin % 71,9'u Aleviliği ‘Hz. Ali ve Ehlibeyt taraftarı olma’ şeklinde tanımlamaktadırlar. Buna karşın Tunceli ilinde ise katılımcılar (% 48,5 oranında) Sünniliği daha ziyade ‘İslami bir mezhep’ olarak görmemektedirler. Ancak ‘Kuran’a ve sünnete bağlı bir şeriat anlayışı’ seçeneği de (% 30,7’lik oranla) dikkat çekmektedir.

Tablo 10:Deneklerin Sünni-Alevi Olmayanlarla Hangi Ortamlarda Daha Çok İlişki İçerisinde Olduklarına İlişkin Görüşleri

	Elazığ		Tunceli		GENEL	
	f	%	f	%	f	%
Kutsal bayramlarda	25	13.0	28	14.7	53	13.8
Ticaret ve alışverişte	138	71.9	73	38.0	211	55.0
Ulusal bayramlarda	8	4.2	60	31.2	68	17.7
Diğer	21	10.9	31	16.1	52	13.5
Toplam	192	100	192	100	384	100

Sünni olmayanlarla hangi ortamlarda daha çok ilişki ve iletişim içerisinde olduklarına ilişkin Elazığ ilindeki deneklerin görüşlerine bakıldığında % 71,9’luk oranla ‘ticaret ve alış-veriş’ seçeneğinin baskın olarak ön plana çıktığı görülmektedir. Tunceli ilinde de yine deneklerin % 38,0’lık oranla aynı seçeneği önemsedikleri tespit edilmiştir. Tunceli ilinde dikkat çeken diğer bir seçenek ise (% 31,2’lik oranda) ‘ulusal bayramlar’dır. Burada öne çıkan en önemli husus; her iki ilde de kutsal (dini) bayramların düşük

çıkmasıdır. Bu durum, temel ayrışma noktası olarak düşünülebilir. Ancak genel verilere bakıldığında da “*ticaret ve alış-veriş*” seçeneğinin baskın olduğu görülmektedir.

Tablo 11. Deneklerin Sünni-Alevi olmayanlarla hangi alanda daha fazla etkileşim ve İletişim İçerisinde Olduklarına Dair Görüşleri

	Elazığ		Tunceli		GENEL	
	f	%	f	%	f	%
Evlilikte	17	8.9	15	7.9	32	8.3
Eğitimde	57	29.7	121	63.0	178	46.4
Eğlencede	49	25.5	24	12.5	73	19.0
Alışverişte	57	29.7	26	13.5	83	21.6
Diğer	12	6.2	6	3.1	18	4.7
Toplam	192	100	192	100	384	100

Elde edilen verilere göre Elazığ ilindeki deneklerin ‘*eğitim*’, ‘*alış-veriş*’, ve ‘*eğlence*’ seçenekleri arasında eşit bir dağılımın olduğu görülmektedir. Bu oran yaklaşık % 85’e tekabül etmektedir. Buna karşın Tunceli ilinde ise ağırlıklı olarak (% 63,0) ‘*eğitim*’ alanının ön plana çıktığı tespit edilmiştir. Ancak ‘*evlilik*’ seçeneğinin her iki ilde de düşük oranda olması anlamlı bir bulgu olarak değerlendirilebilir. Genel bulgulara bakıldığında deneklerin Sünni-Alevi olmayanlarla ‘*eğitim*’ alanında daha fazla etkileşim ve iletişim içerisinde oldukları sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 12. Sünni-Alevi Olmayanlarla Evliliğe Nasıl Baktıklarına Dair Bulgular

	Elazığ		Tunceli		GENEL	
	f	%	f	%	f	%
Olumlu	85	44.3	88	45.8	173	45.1
Olumsuz	40	20.8	37	19.3	77	20.0
Kararsız	34	17.7	44	22.9	78	20.3
Fikri olmayanlar	33	17.2	23	12.0	56	14.6
Toplam	192	100	192	100	384	100

Bir önceki tablodan da anlaşılacağı üzere Sünni ve Alevi inanışları arasında evlilik oranının düşük seviyelerde seyrettiği tespit edilmişti. Ancak deneklerin Sünni-Alevi olmayanlarla evliliğe nasıl baktıklarına yönelik sorudan elde edilen bulguların bu sonuçları teyit eder mahiyette olmadığı görülmüştür. Diğer bir anlatımla her iki ildeki katılımcılar karşı inanıştakiler ile evlilik ilişkisi içerisinde olmamalarına rağmen karşı inanıştakilerle evliliğe olumlu bakmaktadırlar denilebilir. Zira her iki ildeki deneklerin ortalama olarak (% 45 oranında) karşı inanış ile evliliğe sıcak baktıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 13. Deneklerin Alevi-Sünni Bütünleşmesinin Gerekliliğine Dair Görüşleri

	Elazığ		Tunceli		GENEL	
	f	%	f	%	f	%
Evet	75	39.1	105	54.7	180	46.9
Hayır	27	14.0	40	20.8	67	17.4
Kısmen	47	24.5	33	17.2	80	20.8
Fikri olmayanlar	43	22.4	14	7.3	57	14.9
Toplam	192	100	192	100	384	100

Elde edilen verilere göre; her ildeki deneklerin ('kısmen' seçeneği ile oran % 67,7'e ulaşılmaktadır) ağırlıklı olarak bir Sünni-Alevi bütünleşmesine ihtiyaç duyulduğunu beyan ettikleri görülmüştür. İl bazında değerlendirildiğinde bu düşüncenin özellikle Tunceli ilindeki deneklerde daha baskın olduğu (% 54,7) sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 14. Deneklerin Karşı İnanişin Baskın Olduğu Ortamlarda Sünni-Alevi Olduklarını Rahatlıkla Söyleyip Söyleyemediklerine İlişkin Bulgular

	Elazığ		Tunceli		GENEL	
	f	%	f	%	f	%
Evet	127	66.1	99	51.0	226	58.8
Hayır	2	1.0	24	13.0	26	6.8
Bazen	38	19.8	46	24.0	84	21.9
Fikri olmayanlar	25	13.1	23	12.0	48	12.5
Toplam	192	100	192	100	384	100

Elde edilen bulgulara göre karşı inanişin baskın olduğu ortamlarda deneklerin ağırlıklı olarak (% 58,8) inanişlarını rahatlıkla beyan ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu oran Elazığ ilinde (Sünnilerde) çok daha belirgin şekilde kendisini hissettirmektedir.

4. SONUÇ

İletişim literatüründe farklı kültürlerin karşılaştırılmasında birçok yöntem veya ölçek kullanılmaktadır. Kişilerarası iletişim süreci ise kuşkusuz farklı sosyal parametrelere dayalı olarak ortaya çıkan, değerlerle şekillenen ve çoğu zaman bireyden bağımsız oluşan bir iletişimsel ortam aşamasıdır. İletişim ve etkileşim içerisinde bulunan bireyler, şüphesiz sistem analizinin gereği olarak kesintisiz bir 'dönüt' döngüsü içerisinde bulundukları ve geri bildirim almaktadırlar. Dönüt mekanizmasının pozitif olması, sonuçların değerlendirmeye alınabilmesi ve istenilen yöne evrilebilmesi bireyler arasındaki ilişkinin, iletişimin ve etkileşimin düzeyi ile doğrudan ilintilidir. Ancak burada vurgulanması gereken en önemli husus; sosyal ve toplumsal düzeni oluşturan iletişim etkinliklerinin ve eylemlerinin sağlıklı düzleme oturtulması bireylerin niyetlerine ve empatik anlayışa dair olan inançları ile mümkündür.

Alevileri ile Sünniler arasındaki ilişkiye ve iletişime bakıldığında tarihten günümüze değin sağlıklı yürümediği görülmektedir. Zira her iki toplum da oluşturdukları ön yargılar nedeniyle pozitif bir diyaloga geçememişlerdir. Özellikle Osmanlı devleti döneminde Alevi-Sünni mezhep mensupları arasındaki iletişimin (daha ziyade siyasi odaklı gerilimler nedeniyle) pozitif yönde bir seyir izlemediği söylenebilir. Kuşkusuz Osmanlı-Safevi devletlerinin Anadolu'daki mücadeleleri de bu iki mezhep mensupları arasındaki iletişimi büyük ölçüde etkilemiştir. Günümüze bakıldığında ise iki mezhep arasındaki önyargıların halen devam ettiğine dair bulgular mevcuttur. Özellikle Alevi toplumuyla ilgili 'mum söndü' ve 'gusülsüz' gibi önyargılar bu olumsuzluklara örnek olarak gösterilebilir. Siyasi anlamda oluşan farklılıkların da sürece önemli oranda etki ettiğini söylemek mümkün görünmektedir. Alevilerin daha çok sol siyasi akımların içinde olması; 'Marksist', 'Ateist', 'Komünist' ve 'Kızıklar' gibi nitelendirilmelerine sebebiyet verirken. Sünnilerin ise daha çok sağ ve muhafazakâr hareketler içinde bulunmaları Aleviler tarafından; 'gerici', 'yobaz', 'milliyetçi' 'ülkücü' şeklinde nitelendirilmelerine dayanak oluşturmuştur.

İki mezhep arasındaki gerilimlerin daha çok siyasi hareketler nedeniyle şekillendiği pek çok kez vurgulanmıştı. Örneğin bu bağlamda Sivas, Çorum, Maraş ve Gazi mahallesi gibi Alevi topluma karşı yapıldığı varsayılan olaylar da iki mezhep arasındaki gerginliğin temel işaretlerini oluşturmaktadır denilebilir. Kültür ve temel ibadet farklılıkları ise kuşkusuz tarafların birbirlerine karşı mesafeli durmalarına yol açabilmektedir. Ayrıca Alevi-Sünni kaynaşmasına aracılık etmesi beklenen evliliklere iki toplumun da karşı duruş sergilediği bilinmektedir. Ancak son dönemlerde bu tabunun özellikle genç kuşaklar tarafından yıkıldığını söylemek mümkün görünmektedir. Alana ilişkin yapılan bazı bilimsel çalışmalar; her iki toplumun birbirlerine karşı hala önyargılar taşıdıklarını, buna karşın aynı ortamlarda bulunmaktan ve aynı okullara gitmekten imtina etmediklerini ve Alevi-Sünni evliliklerine olumlu baktıklarını göstermektedir. Aleviler ile Sünniler arasındaki bu olumsuz iletişimsel ortamların hala devam edip etmediği, şayet olumlu bir seyir gösteriyor ise sürdürülebilir olup olmadığı açık uçlu bir sorudur.

Metodoloji bölümünde de aktarıldığı üzere öngörülen koşullar gereği her ilde en az 192, toplamda ise 384 deneye ulaşılmış ve katılımcılar araştırmanın nesnelliği açısından rastgele seçilerek istekli olanlara uygulanmıştır. Elazığ ilinde ankete iştirak eden kadınların oranı % 53,6, erkeklerin oranı ise % 46,4'tür. Buna karşın Tunceli'de kadınların oranı % 52,6, erkeklerin ise % 47,4'tür. Toplamda; % 46 erkek ve % 53,1 kadın denek dağılımının verilerin cinsiyetlere göre değerlendirme yapılabilmesine uygun bir oran teşkil ettiği düşünülmektedir. Ulaşılan deneklerin yaş aralığının özellikle 15-25 yaş arasında (% 54,9) olması araştırmanın daha ziyade genç kuşağın görüşlerini yansıttığına işaret etmektedir. Eğitim düzeyine ilişkin veriler de zaten bunu doğrulamaktadır (araştırmadaki tüm öğrenci kitlesi % 81,5'tir). Araştırmanın temel nüvesini oluşturan 'mezhep' oranlamasının illere göre dağılımının da ise ciddi farklılıklar mevcuttur. Zira Elazığ ilinin Sünni inancı temsil edeceği öngörülse de bu ildeki Alevilerin neredeyse Sünni inanışa mensup olanlarla yakın rakamlara ulaştığı görülmüştür. Bunu durumun nedeni Elazığ iline (Tunceli'den) göç etmiş olan Alevi inanışa mensup vatandaşların yoğunluğuna dayandırılabilir. Buna karşın Tunceli ilindeki Sünni inanışa mensup olanların oranı ise sadece % 2,0 iken, Alevi oranı % 84,0'dır. Dolayısıyla Elazığ ilinde ulaşılan deneklerin hem Alevi hem de Sünni görüşü, Tunceli ilindeki deneklerin ise Alevi inanışının düşüncelerini yansıttığı düşünülebilir.

Bu bağlamda araştırmanın başında ortaya konulan hipotezlerin test edilmesine yönelik yürütülen çalışmada şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- (i) "Denekler kendi inanışlarını bir mezhep olarak tanımlarlar" hipotezi doğrulanmıştır. Her inanış mensubunun kendisini bir dinin parçası olarak değerlendirmesi doğal bir durumdur (toplamdaki oran % 61,2'dir). Ancak Tunceli ilinde Aleviliği bir din olarak değerlendirenlerin oranının % 32,3 olması anlamlı bir bulgu olarak dikkat çekmiştir.
- (ii) "Denekler kendilerine karşı inanç mensupları tarafından ayrımcılık yapılmasını en itici unsur olarak değerlendirirler" hipotezinin test edilmesinde nesnel değerlendirme yapılabilecek bir sonuç alınamamıştır. Zira 'İslamiyet'i farklı yaşamaları' ve 'mezhepleriyle ilgili yanlış inanışları' seçeneklerinde de yakın sonuçlar alınmıştır.

- (iii) “Denekler karşı inanç mensuplarını Alevi veya Sünni şeklinde tanımlarlar” hipotezi yanlışlanmıştır. Burada ulaşılan genel kanaat her iki inanç mensuplarının bir birlerini “Müslüman” şeklinde tanımlamalarıdır.
- (iv) “Deneklerin karşı inanç mensuplarından beklentileri, kedilerine hoşgörülü davranmalarındır” hipotezinin test edilmesine yönelik yöneltilen soruda ‘hoşgörü’ seçeneğine ilişkin ciddi bir orana ulaşılsa da (% 31,8), “Sünnilik/Alevilik ile ilgili yanlış yargıları terk etme” beklentisinin daha baskın olduğu tespit edilmiştir (% 40,1). Dolayısıyla bu hipotezin yanlışlandığı sonucuna ulaşıldığını söylemek mümkün görünmektedir. Bu bağlamda inanışların birbirlerine karşı hoşgörülü olma beklentisinin yanı sıra özellikle yanlış yargıların terkedilmesi beklentisinin daha elzem bir düşünce olarak ortaya çıktığı söylenebilir.
- (v) “Denekler Alevilik ile Sünnilik arasında bir ayrılık görmezler” hipotezi doğrulanmıştır. Oransal olarak bu sonuçlara ulaşılsa da, ‘evet’, bu inanışlar arasında ayrılık vardır kanaatinin de (% 47,1’lik oranla) dikkat çektiği görülmüştür.
- (vi) “Denekler, inanışlarının bir mezhebi çağrıştırdığı kanaatini taşırlar” hipotezi yanlışlanmıştır,
- (vii) “Denekler karşı inanış mensupları ile daha çok kutsal bayramlarda bir araya gelmeye çalışırlar” hipotezi yanlışlanmıştır. Elde edilen veriler iki inanışın da daha çok ticari alanda ilişki içerisinde olduklarını göstermektedir (% 55,0).
- (viii) “Denekler karşı inanç mensuplarıyla daha çok eğlence ve alış-veriş ortamlarında etkileşim ve iletişim içerisinde olurlar” hipotezi de yanlışlanmıştır. Verilere göre katılımcılar daha çok eğitim alanında etkileşim ve iletişim içerisinde oldukları görülmüştür (% 46,4).
- (ix) “Denekler karşı inanç mensuplarıyla evliliğe olumlu bakarlar” hipotezi doğrulanmıştır. Bu oran % 45,1’dir ve ‘olumlu’ bir sonuç olarak değerlendirilebilir.
- (x) “Denekler Alevi-Sünni bütünleşmesinin gerekliliğine inanırlar” hipotezi doğrulanmayan diğer bir bulgudur. Kısmen seçeneği ile birlikte değerlendirildiğinde oranın % 67,8’e ulaştığı görülmektedir ve ‘anamlı’ olarak değerlendirilebilecek diğer bulgudur.
- (xi) “Denekler karşı inanç mensuplarının baskın olduğu ortamlarda mezhebi aidiyetlerini rahatlıkla söyleyebilirler” hipotezi de doğrulanmıştır. Katılımcılar karşı inanç mensuplarının olduğu ortamlarda kendilerini ifade etmekten imtina etmedikleri (% 58,8) sonucuna ulaşılması da yine ‘anamlı’ bir bulgu olarak değerlendirilmelidir.

KAYNAKÇA

- Adaman, F., & Keyder, Ç. (2006). *Türkiye’de Büyük Kentlerin Gecekondu ve Çöküntü Mahallelerinde Yaşanan Yoksulluk ve Sosyal Dışlanma*. (Erişim: 29.01.2015), http://ec.europa.eu/employment_social/social_inclusion/docs/2006/study_turkey_tr.pdf.
- Bozkurt, M. (2010). *Sünnilik, Şiilik, Alevilik, Vehhabilik Nedir?*. Ankara: Özyurt Matbaacılık.
- Cırık, İ. (2008). Çok Kültürlü Eğitim ve Yansımaları. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (34), 27-40.

- Çarkoğlu, A., & Toprak, B. (2006). *Değişen Türkiye'de Din, Toplum ve Siyaset*. İstanbul: TESEV Yayınları.
- Dalkıran, S. (2002). Alevî Kimliği ve Anadolu Aleviliği Üzerine Bir Deneme. *EKEV Akademi Dergisi*, 6(10), 95-118.
- Kaptan, S. (1993). *Bilimsel Araştırma ve İstatistik Teknikleri*. Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Karasu, M. A. (2008). Türkiye'de Kentleşme Dinamiklerinin Suça Etkisi. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 57(4), 255-281.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Küpeli, Ö. (2010). Osmanlı-Safevi Münasebetlerine Dair Türkiye'de Yapılan Çalışmalar Hakkında Birkaç Not ve Bir Bibliyografya Denemesi. *Tarih Okulu Dergisi*, (6), 17-32.
- Özmen, A. (2006). *Tur Abdin Süryanileri Örneğinde Etno-Kültürel Sınırlar*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi.
- Üçer, C. (2005). Geleneksel Alevilikte İbadet Hayatı ve Alevîlerin Temel İslâmî İbadetlere Yaklaşımları. *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 5(2), 161-189.
- Ünverdi, M. (2011). *Temel İbadetler Konusunda Hanefiler ve Şafîiler Arasındaki Farklar*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Adana: Çukurova Üniversitesi.
- Yapıcı, A. (2009). İçimizdeki Öteki: Kimlik ve Ön Yargı Kıskaçında Sünni-Alevi İlişkileri. *Dem Dergi*, 2(6), 52-59.

anemon

Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Journal of Social Sciences of Mus Alparslan University

Yazım Kuralları

anemon, yılda iki defa yayımlanan uluslararası standartlarda hakemli bir dergidir. Derginin asıl amacı sosyal bilimler alanında nitelikli akademik çalışmaların yayımlanmasına katkı yapmaktır.

Dergide yayımlanan makaleler yazı işlerinin izni olmaksızın başka hiç bir yerde yayımlanamaz veya bildiri olarak sunulamaz. Kısmen veya tamamen yayımlanan makaleler kaynak gösterilmeden hiçbir yerde kullanılamaz. Dergiye gönderilen makalelerin içerikleri özgün, daha önce herhangi bir yerde yayımlanmamış veya yayımlanmak üzere gönderilmemiş olmalıdır. Makaledeki yazarlar isim sırası konusunda fikir birliğine sahip olmalıdır.

Makalenin hazırlanması sırasında yardımcı olması amacıyla, internet sitemizde yazarlar için linkinin altında yer alan **anemon** Dergisi yazım kurallarına göre hazırlanmış "örnek_makale" dosyasını bilgisayarınıza indirirseniz ve makalenizi bu makaleyi örnek alarak hazırlamanız, düzenlemelerde kolaylık ve zaman tasarrufu sağlayacaktır. Bu makaleyi bilgisayarınıza Word programında şablon (template) olarak kaydederek de makalenizi hazırlayabilirsiniz.

- Makaleler MS Word 2007 veya üstü bir sürümde hazırlanarak gönderilmelidir.
- Sayfa yapısı özel boyutta (15.5x23 cm), MS Word programında, Times New Roman veya benzeri bir yazı karakteri ile 10 punto, tek satır aralığıyla yazılmalıdır. Sayfa kenarlarında üst 2.5 cm olmak üzere diğer kenarlar için 2.5 cm boşluk bırakılmalı ve sayfalar numaralandırılmalıdır.
- Yazar(lar)ın ad(lar) ve soyad(lar), kurumsal unvanları; yazar(lar)ın görev yaptığı kurum(lar) ve e-posta adres(ler) bilgileri verilmelidir. Ayrıca makalelerde sorumlu yazar belirtilmelidir.
- Makale başlığı, içerikle uyumlu, içeriği en iyi ifade eden bir başlık olmalıdır. Başlık, kalın ve 20 punto büyüklüğünde olmalı ve ilk harfler büyük olacak şekilde sayfa ortalanarak yazılmalıdır. Makaleler aynı özellikte İngilizce bir başlık/title içermelidir.
- Makalenin başında, konuyu kısa ve öz biçimde ifade eden ve en az 75, en fazla 120 kelimeden oluşan Türkçe "Öz" bulunmalıdır. Öz içinde, yararlanılan kaynaklara, şekil ve çizelge numaralarına değinilmemelidir. Özün altında bir satır boşluk bırakılarak, en az 3, en çok 5 sözcükten oluşan anahtar kelimeler verilmelidir. Anahtar kelimeler makale içeriği ile uyumlu ve kapsayıcı olmalıdır. Aynı şekilde makaleler İngilizce bir başlık/title, anahtar sözcükler/keywords ve özet/abstract içermelidir.
- **anemon**'un yayın dili Türkçe ve İngilizcedir. Ancak her sayıda derginin üçte bir oranını geçmeyecek şekilde diğer dillerde yazılmış yazılara da yer verilebilir. Diğer dillerde yazılan makalelerde yazım dili dışında ayrıca Türkçe ve İngilizce başlık, anahtar sözcükler ve öz bulunmalıdır.

- Herhangi bir sempozyum veya kongrede sunulmuş olan çalışmalar kongrenin adı, yeri ve tarihi belirtilerek yayımlanabilir. Bir araştırma kurumu veya fonu tarafından desteklenen çalışmalarda desteği sağlayan kuruluşun adı ve proje numarası verilmelidir.
- Makaleler giriş, gelişme ve sonuç yer alacak şekilde hazırlanmalı ve alt başlıklar ikinci derece başlıklar 11 punto (alt üst 12 nk) ile sola hizalı olarak düzenlenmelidir.
- Formüller ve denklemler Math Type ya da Word Denklem Düzenleyici kullanılarak yazılmalıdır.
- Çalışma, dil bilgisi kurallarına uygun olmalıdır. Makalede noktalama işaretlerinin kullanımında, kelime ve kısaltmaların yazımında en son çıkan TDK Yazım Kılavuzu esas alınmalı, açık ve yalın bir anlatım yolu izlenmeli, amaç ve kapsam dışına taşan gereksiz bilgilere yer verilmemelidir. Makalenin hazırlanmasında geçerli bilimsel yöntemlere uyulmalı, çalışmanın konusu, amacı, kapsamı, hazırlanma gerekçesi vb. bilgiler yeterli ölçüde ve belirli bir düzen içinde verilmelidir.
- Bir makalede sırasıyla özet, ana metnin bölümleri, kaynakça ve (varsa) ekler bulunmalıdır. Makalenin bir "Giriş" ve bir "Sonuç" bölümü bulunmalıdır. "Giriş" çalışmanın amacı, önemi, dönemi, kapsamı, veri metodolojisi ve planını mutlaka kapsamalıdır. Konu gerektiriyorsa literatür tartışması da bu kısımda verilebilir. "Sonuç" araştırmanın amaç ve kapsamına uygun olmalı, ana çizgileriyle ve öz olarak verilmelidir. Metinde sözü edilmeyen hususlara "Sonuç"ta yer verilmemelidir. Belli bir düzen sağlamak amacıyla ana, ara ve alt başlıklar kullanılabilir.
- Tablo/Şekillerin numarası ve başlığı bulunmalıdır. Tablo çiziminde dikey çizgiler kullanılmamalıdır. Yatay çizgiler ise sadece tablo içindeki alt başlıkları birbirinden ayırmak için kullanılmalıdır. Tablo/Şekil numarası üste, tam sola dayalı olarak dik yazılmalı; tablo/şekil adı ise, her sözcüğün ilk harfi büyük olacak şekilde yazılmalıdır. Ayrıca tablo/şekiller siyah beyaz baskıya uygun hazırlanmalıdır. Kaynakça verilmesi gereken bir durum varsa, tablonun altında metin içi kaynak gösterme formatında verilmelidir.
- Makalede, düzenli bir bilgi aktarımı sağlamak üzere ana, ara ve alt başlıklar kullanılabilir. Makale başlığı dışındaki diğer tüm başlıklar 11 punto yazılmalıdır. Birinci derece başlıklar büyük ve koyu karakterde; ikinci derece başlıklar, yalnız ilk harfleri büyük ve koyu olmayan; üçüncü derece başlıklar ise yalnız ilk harfleri büyük, koyu olmayan ve italik harflerle yazılmalıdır. Ayrıca başlıklar, öncesi ve sonrası 6 nk olacak şekilde ayarlanmalıdır

1. BİRİNCİ DERECE BAŞLIK

1.1. İkinci Derece Başlık

1.1.1. Üçüncü Derece Başlık

- Kaynak göstermede kullanılan format, APA (American Psychological Association) Style 6th Edition'dır. Gerek alıntılmalarda gerekse de kaynakça kısmında yazarlar, Amerikan Psikoloji Derneği'nin yayımladığı Amerikan Psikoloji Derneği Yayın Kılavuzu'nda belirtilen yazım kurallarını ve formatını takip etmelidir. Ayrıntılı bilgi için bakınız: <http://www.apastyle.org/learn/tutorials/basics-tutorial.asp>

(i) Türkçe kitap:

Meriç, C. (2009). *Bu ülke*. İstanbul: İletişim Yayınları.

(ii) Çeviri kitap:

Davison, A. (2006). *Türkiye 'de Sekülerizm ve Modernlik*. (çev. Tuncay Birkan). İstanbul: İletişim Yayınları.

(iii) Derleme kitap:

Duran, B. (2005). *Türkiye 'de Sivil Toplum ve Siyaset. Sivil Toplum: Farklı Bakışlar*, Haz. Lütfi Sunar. İstanbul: Kaknüs Yay.

(iv) Makale:

Yılmaz, F. (2003). İktisat ve Sosyoloji: Rakip Kardeşlerin Hakimiyet Kavgası. *Toplum ve Bilim*, 95, 61-84.

(v) Çift yazarlı makale:

Yaslıçimen, F., & Sunar, L. (2006). Sosyal Bilimlerde Bir Yenilenme İmkânı Olarak İbn Haldûn. *İslam Araştırmaları Dergisi*, 2(16), 137-167.

(vi) Tezler:

Esen, Ö. (2013). *Sürdürülebilir Büyüme Bağlamında Türkiye 'nin Enerji Açığı Sorunu: 2012-2020 Dönemi Enerji Açığı Projeksiyonu*. Doktora Tezi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi.

- Metin içi atıflar ilgili bölümde parantez içinde gösterilmelidir.

(i) Tek Yazar İçin: (Soyad, Basım Yılı: Sayfa Numarası)

(ii) Birden Çok Yazar İçin: (Soyad vd., Basım Yılı: Sayfa Numarası)

Yayım aşamasının ilk adımı için makaleler Online Başvuru Sistemi aracılığıyla yollanmalıdır. Başvurunun hemen ardından elektronik posta adresinize otomatik olarak bir onay mesajı gönderilecektir. Daha fazla bilgi için <http://dergipark.gov.tr/anemon> elektronik posta adresi aracılığıyla editörümüzle bağlantıya geçilebilir.

anemon

Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Journal of Social Sciences of Mus Alparslan University

Author Guidelines

anemon is an international peer-reviewed journal that is published twice a year. The purpose of the journal is to make contributions to publishing qualified academic studies in social sciences and humanities.

The articles that are published in the journal cannot be published or presented anywhere else unless permission is granted from the editorial board. The articles that are published either partially or completely cannot be used anywhere else unless reference is given. The content of the articles that are sent to the journal has to be authentic, not previously published or sent to be published. The authors of the articles have to have a consensus regarding the list of the names in the article.

If you download the “sample article” that was prepared according to spelling rules and format of the **anemon** Journal from our website through the link for authors to help you prepare the article, this will save your time and facilitate the preparation process. You can also prepare your article by saving this sample as a template on the Microsoft Word program.

- The articles should be in MS Word 2007 or higher version.
- The layout has to be custom-designed (15.5x23 cm). The file format has to be MS Word. The font has to be Times New Roman or a similar one with a size of 10. The file has to have single-line spacing. Page margins have to be 2.5 cm on the top and 2.5 cm for all the other sides. The pages have to be numbered.
- The articles need to include the name(s), surname(s), institutional title(s), institution name(s), and e-mail address(es) of the author(s). In addition, the corresponding author has to be indicated in the articles.
- The title of the article has to be consistent with the content and must reflect the content in the best way possible. The title has to be boldface with a font size of 20. The first letter of all the words has to be uppercase. The title has to be centered. The articles need to have an English title with the same properties.
- The article needs to include an “Abstract” at the beginning not less than 75 words nor longer than 120 words summarizing the content in the most precise and concise way. The abstract must not include references, figures, and table numbers. Leaving a space under the abstract, the author has to add keywords including at least 3 and utmost 5 words. The keywords have to be consistent with the content and need to be comprehensive. Similarly, the articles have to include an English title, keywords, and abstract.
- **anemon** is published in Turkish and English. However, each issue may include articles written in other languages unless they exceed one third of the journal. The articles written in other languages have to have Turkish and English titles, keywords, and abstracts in addition to those written in its original language.

- The works that are presented in any symposium or congress can be published after specifying the name, place and the date of the congress. The works that are supported by a research organization or fund have to indicate the name of the supportive organization and the number of project.
- The articles have to be organized as introduction, body, and conclusion. Sub-titles and lower-level titles have to have a font size of 11 (12 nk before and after) and be left-aligned.
- Formulas and equations need to be written via Math Type or Word Equation Editor.
- The study has to comply with grammatical rules. The latest Turkish Language Association Spell Check has to be employed regarding the use of punctuation, spelling of the words, and abbreviations. The text is expected to be clear and simple. No expressions out of purpose and scope must be included in the work. The valid scientific methods have to be employed to prepare the article. The content, purpose, scope, justification, etc. of the study have to be provided as much as needed in a certain order.
- An article is expected to include abstract, sections of the main text, references, and appendices (if there is any) respectively. An article has to have an “Introduction” and “Conclusion” sections. The “Introduction” is definitely expected to include the purpose, importance, period, scope, data methodology, and outline of the study. If it is necessary for the subject to be dealt with, literature review can be given in this section as well. The “conclusion” needs to be in compliance with the study’s purpose and scope. It needs to be given generally and concisely. The points that are not mentioned within the text must not be included in “conclusion”. Headings, titles, and sub-titles can be used to organize the text.
- Tables/Figures need to be numbered and given with their titles. No vertical lines must be used to draw the tables. Horizontal lines can only be used to separate the sub-titles within the table from each other. Table/Figure number has to be at the top left-aligned and non-italic. The name of tables/figures has to be written with each word having its first letter uppercase. In addition, tables/figures have to comply with black and white print. If there is anything in the table that requires reference, the references must be given at the bottom of the table with in-text reference format.
- Headings, titles, and sub-titles can be used to ensure an ordered information transfer. All the other titles except for the title of the article have to have a font size of 11. First-level titles need to be uppercase and boldface; the first letters of all the words in the second-level titles need to be uppercase and not boldface; and only the first letters of the words in the third-level titles need to be uppercase, and these titles have to be italic. In addition, the titles have to be organized with 6 nk before and after the title.

1. FIRST-LEVEL TITLE

1.1. Second-Level Title

1.1.1. Third-level Title

- The citation format is APA (American Psychological Association) Style 6th Edition. The authors have to follow the spelling principles and format specified by American Psychological Association in American Psychological Association Publication Manual regarding both quotations and bibliography. For detailed information: <http://www.apastyle.org/learn/tutorials/basics-tutorial.aspx>

(i) Reference to a book:

Stopford, M. (1997). *Maritime Economics*. New York: Routledge.

(ii) Translated book:

Davison, A. (2006). *Türkiye’de Sekülerizm ve Modernlik*. (trans. Tuncay Birkan). İstanbul: İletişim Yayınları.

(iii) Reference to a chapter in an edited book:

Lang, P. J., Bradley, M. M., & Cuthbert, B. N. (1997). Motivated attention: Affect, activation, and action. In P. J. Lang, R. F. Simons, & M. Balaban (Eds.), *Attention and orienting: Sensory and motivational processes* (pp. 97–135). Mahwah, NJ: Erlbaum.

(iv) Reference to a journal publication:

Yılmaz, F. (2003). İktisat ve Sosyoloji: Rakip Kardeşlerin Hakimiyet Kavgası. *Toplum ve Bilim*, 95, 61-84.

(v) Two authors:

Bayrak, M., & Esen, Ö. (2012). Effects of Budget Deficit on Current Account Balance: Analysis of Twin Deficits Hypothesis in Case of Turkey. *Ekonomik Yaklaşım*, 23(82), 23-49.

(vi) Theses and dissertations:

Esen, Ö. (2013). *Sürdürülebilir Büyüme Bağlamında Türkiye’nin Enerji Açığı Sorunu: 2012-2020 Dönemi Enerji Açığı Projeksiyonu*. Doctoral Dissertation. Erzurum: Atatürk University.

- In-text references have to be indicated in brackets where relevant.

(i) For single author: (Surname, Date of Publication: Page Number)

(ii) For multiple authors: (Surname et al., Date of Publication: Page Number)

- The articles are sent through Online Application System for the first step of the publication. An automatically-sent confirmation message is sent to your e-mail address upon the completion of the application. For further information, please contact the editor via <http://dergipark.gov.tr/anemon>.

Değerlendirme Süreci

- **anemon**'a gönderilen yazılar, önce Yayın Kurulunca dergi ilkelerine uygunluk açısından bir ön değerlendirmeye tabi tutulur. Dergi kapsamına girmeyen veya bilimsel bir yazı formatına içerik ve şekil şartları açısından uymayan yazılar, hakemlik süreci başlatılmadan geri çevrilir ya da bazı değişiklikler istenebilir. Yayın için teslim edilen makalelerin değerlendirilmesinde akademik tarafsızlık ve bilimsel kalite en önemli ölçütlerdir.
- **anemon**'a yayın kurallarına uygun olarak gönderilen makaleler, değerlendirilmek üzere o alandaki çalışmalarıyla tanınmış iki hakeme gönderilir. **anemon** Dergisi, sürecin her aşamasında, hakem ve yazarların isimlerinin saklı tutulduğu çift-kör hakemlik sistemini kullanmaktadır. Hakem raporlar beş yıl süreyle saklanır. Makaleyi değerlendiren iki hakemden birisinin olumlu diğerinin olumsuz rapor vermesi durumunda makale üçüncü hakeme gönderilmekte veya Yayın Kurulu, hakem raporlarını inceleyerek nihai kararı vermektedir.
- **anemon**'a gönderilen çalışmalarda yazarlar, hakem ve Yayın Kurulunun eleştiri ve önerilerini dikkate alırlar. Katılmadıkları hususlar varsa gerekçeleriyle birlikte itiraz etme hakkına sahiptirler. Dergideki hakemlik sürecinde, akademik unvana sahip kişilerin yayınları için ancak eşit ya da üst derecede akademik unvana sahip kişiler hakem olabilir.
- **anemon**'un hakem değerlendirme süreci, istenilmeyen nedenlerden dolayı bazen uzun sürebilmektedir. Normal koşullarda editör tarafından ön değerlendirme aşaması bir hafta; hakem değerlendirme süreci de 8 hafta olarak planlanmaktadır. Ancak hakemlerden zamanında dönüş olmaması nedeniyle yeniden hakem atama vb. nedenlerden dolayı hakem değerlendirme süreci uzayabilmektedir.
- **anemon**'a makale gönderen yazar/yazarlar, Derginin söz konusu hakem değerlendirme koşullarını ve sürecini kabul etmiş sayılırlar.
- **anemon**'da yayımlanmasına karar verilen (kabul edilen) çalışmaların telif hakkı, Muş Alparslan Üniversitesi'ne devredilmiş sayılır.

Peer Review Process

- The papers that are sent to *anemon* are subjected to preliminary assessment by the Editorial Board to see whether the work complies with the principles of the journal. The papers that are out of the scope of the journal or do not comply with the format of a scientific text either in terms of content or style are either rejected or demanded to be corrected prior to peer-review process. Academic objectivity and scientific quality are the most important criteria for the assessment of the articles that are submitted to be published.
- The articles that comply with the publication principles of *anemon* are sent to two reviewers who are known for their studies in the relevant field. *anemon* Journal employs double-blind review system in which the names of neither the reviewers nor the authors are disclosed in any of the phases of the process. Reviewer reports are saved for five years. If one of the reviewers gives positive feedback while the other gives negative feedback, the article is either sent to a third reviewer or Editorial Board examines the reviewer reports to make the final decision.
- The authors submitting papers to *anemon* take into account the criticisms and suggestions of the reviewers and the Editorial Board. The authors also have the right to object to the points with which they disagree. In the reviewing process, the publications of people with academic titles are only reviewed by academics of either an equal or a higher degree.
- Assessment process of *anemon* may sometimes take long periods of time due to undesired reasons. Normally, preliminary assessment by the editor takes a week while reviewer's assessment period takes 8 weeks. However, reviewer assessment process may get longer when reviewers do not respond on time or in cases of appointing a new reviewer and so on.
- The author/authors submitting papers to *anemon* is/are considered to have accepted the aforementioned reviewing conditions and process of the journal.
- The copyrights of the works that are decided to be published (accepted) in *anemon* are transferred to Muş Alparslan University.

anemon

Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Journal of Social Sciences of Mus Alparslan University

Yayın İlkeleri

- **anemon**, ulusal ve uluslararası düzeyde yapılan, sosyal ve beşeri bilimler alanında özgün ve nitelikli çalışmaları, bilimsel bir yaklaşımla ele alarak sosyal bilimler alanlarındaki çalışmaların niteliğinin yükselmesine, yöntem ve uygulamaların gelişmesine, kuram ve uygulama alanlarındaki çalışmalar arasında iletişimin güçlenmesine ve sosyal bilimler alanındaki literatürün zenginleşmesine katkı sağlamak amacıyla yayımlanmaktadır.
- **anemon**'da, iktisat, işletme, maliye, siyaset bilimi, uluslararası ilişkiler, edebiyat, tarih, psikoloji, sosyoloji, felsefe, eğitim bilimleri, dil bilimi, din bilimleri, güzel sanatlar vb. tüm sosyal bilimlere ait özgün ve nitelikli bilimsel çalışmaları destekleyerek bilim camiasında üretilen bilgileri akademisyenlerin ve kamuoyunun istifadesine sunmak amacıyla yeni ve özgün çalışmalara yer verilmektedir.
- **anemon**'a gönderilecek çalışma, alanında bir boşluğu dolduracak özgün bir yazı olmalı ya da daha önce yayımlanmış çalışmaları değerlendiren, konuya dair yeni ve dikkate değer görüşler ortaya koyan inceleme olmalıdır.
- **anemon**'a gönderilecek yazılar makale, çeviri ve kitap tanıtımı türünde olmalıdır. Dergimize gönderilen çeviri yazılar için, makale sahibinin yayın izni ve orijinal metin gereklidir.
- **anemon**'un yayın dili Türkçe ve İngilizce'dir; ancak her sayıda derginin sayfa sayısının en fazla üçte biri kadar olmak üzere diğer dillerdeki yazılara da yer verilebilir.
- **anemon**'a gönderilen çalışmalar daha önce hiçbir yerde yayımlanmamış ve halihazırda yayımlanmak üzere sunulmamış olmalıdır. Bilimsel bir toplantıda sunulmuş bildiriler, durum açıkça belirtilmek şartıyla dergiye gönderilebilir.
- **anemon**, Kış/Aralık ve Yaz/Haziran sayısı olmak üzere yılda iki defa düzenli olarak yayımlanmaktadır.
- **anemon**'a gönderilen yazılara telif hakkı ödenmez. Yayımlanan makalelerin telif hakkı Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'ne aittir.
- **anemon**'da yayımlanan yazıların bilimsel ve hukuki sorumluluğu yazarlarına aittir.
- **anemon**'da yer alan yazılardaki görüş ve düşünceler yazarlarının kişisel görüşleri olup derginin ve bağlı olduğu kurumların görüşlerini yansıtmaz.
- **anemon**'a gönderilen **çalışmalar**, TÜBİTAK ULAKBİM'in DergiPark Sistemi (UDS) üzerinden elektronik ortamda gönderilmektedir. Bu sisteme <http://dergipark.gov.tr/anemon> da yer alan "Kullanıcı Sayfası/Yeni Gönderi" linkinden ulaşılabilir. Söz konusu sisteme kayıt yapıp makale gönderildikten sonra hakem süreciyle ilgili gelişmeler ve hakem değerlendirme raporları yazarlar tarafından kolaylıkla takip edilebilir.

Editorial Principles

- **anemon** is a national and international peer-reviewed journal that publishes authentic and qualified works with a scientific approach in the fields of social sciences and human sciences. It is published to contribute to raising the quality of the social sciences studies, development of methods and practices, to strengthen the communication between theoretical and practical studies, and to enrich the social sciences literature.
- **anemon** supports all the authentic and qualified scientific studies in the social sciences field including economics, business, finance, political science, international relations, literature, history, psychology, sociology, philosophy, educational sciences, linguistics, theology, and fine arts. It publishes new and authentic works to offer the knowledge produced by scientific circles for the benefit of academics and public.
- The works that are sent to **anemon** must be either an authentic work to eliminate a lack in the literature or a review assessing the previously-published works and suggesting relevant, new, and noteworthy opinions.
- The texts that are sent to **anemon** include articles, translations, and book promotions. For the translated texts, publication permission of the owner of the article and the source text are required.
- Publication languages of **anemon** are Turkish and English. However, each issue may include articles written in other languages unless they exceed one third of the journal.
- The works that are sent to **anemon** must not be published previously anywhere. They have to be ready for publication. The papers that have previously been presented in a scientific meeting can be sent to the journal if it is clearly indicated.
- **anemon** is regularly published in Winter/December and Summer/June per year.
- No copyright payment is made for the papers that are sent to **anemon**. The copyrights of the works that are published in **anemon** are transferred to Mus Alparslan University Journal of Social Sciences (**anemon**).
- Scientific and legal liabilities of the articles published in **anemon** belong to the authors.
- All the opinions and ideas indicated in the articles that are published in **anemon** are authors' personal opinions and do not reflect the opinions of the Journal or the affiliated institutions by any means.
- The works that are sent to **anemon** are sent to TUBITAK ULAKBİM's DergiPark System (UDS) in electronical environment. This system can be accessed via <http://dergipark.gov.tr/anemon> under the link "User Page/New Submission". After registering in the system and submitting the paper, the developments regarding the reviewing process and reviewer reports can be followed by the authors.

Yazışma Adresi / Address

Muş Alparslan Üniversitesi
Anemon Dergi Editörlüğü

Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
49250 – MUŞ/TÜRKİYE
Tel: 0 436 249 49 49 / 3622 - Fax: 0 436 213 00 28
Web: <http://dergipark.gov.tr/anemon>
e-mail: anemon@alparslan.edu.tr