



İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ

ANADOLU BİL

MESLEK YÜKSEKOKULU DERGİSİ

**ISTANBUL AYDIN UNIVERSITY
JOURNAL OF ANADOLU BİL VOCATIONAL
SCHOOL OF HIGHER EDUCATION**

Yıl Year: 12

Ocak - Şubat - Mart 2017 / January - February - March 2017

Sayı Number: 45

ISSN: 1306 - 3375

www.aydin.edu.tr



İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ

ANADOLU BİL

MESLEK YÜKSEKOKULU DERGİSİ

ISTANBUL AYDIN UNIVERSITY

JOURNAL OF ANADOLU BİL VOCATIONAL

SCHOOL OF HIGHER EDUCATION

Yıl Year: 12 Ocak - Şubat - Mart 2017 / January February March 2017 - Sayı Number: 45

ISSN 1306 - 3375

KÜNYE IDENTITY

Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi üç ayda bir yayımlanır. Bu dergide yayımlanan makalelerin telif hakları Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu'na aittir. Bu yayımla ilgili olarak Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndan doğan her türlü hak saklıdır. Tanıtım için yapılacak alıntılar dışında Yüksekokulun izni olmadan çoğaltılamaz. Bu dergide yayımlanan makalelerdeki görüşler yazarlarına aittir. Yüksekokul bu görüşler nedeniyle herhangi bir sorumluluk kabul etmez. / Anadolu Bil Vocational School Journal is published quarterly. The copyrights of all articles published in this journal belongs to Anatolian Vocational School of Higher Education. All rights are reserved under all kinds of Intellectual Property Law in relation to this publication. Without our prior written permission excerpts except for promotional purposes may not be reproduced. The opinions expressed in the articles published in this journal are those of the authors alone. The School does not accept any liability due to these opinions or for any inaccurate, unreliable, untimely or incomplete information contained therein, or for any reliance placed upon it.

ONURSAL BAŞKAN

Dr. Mustafa AYDIN

İAÜ ADINA İMTİYAZ SAHİBİ

Prof. Dr. Yadiğâr İZMİRLİ

EDİTÖR

Prof. Dr. Candan VARLIK

EDİTÖR YARDIMCISI

Yrd. Doç. Dr. Ayla ÜNVER ALÇAY, Öğr. Gör. Sevgi YILMAZ

EDİTÖR KURULU

Prof. Dr. Yadiğâr İZMİRLİ, Dr. H. Fatih AYDIN, Prof. Dr. Hasan SAYGIN, Prof. Dr. A. Metin GER, Prof. Dr. Necat BİRİNCİ, Prof. Dr. Zafer UTLU, Prof. Dr. İbrahim Hakkı AYDIN, Prof. Dr. Mustafa ÇIKRIKÇI, Prof. Dr. Kamil BOSTAN, Prof. Dr. Selami GÖZENÇ, Prof. Dr. Nec la ARAN, Yrd. Doç. Dr. Güven ÖZDEMİR, Yrd. Doç. Dr. Faris KOCAMAN, Yrd. Doç. Dr. Emel BİROL, Öğr. Gör. Özgül YAMAN

KAPAK TASARIM

Öğr. Gör. Sevgi YILMAZ

AKADEMİK ÇALIŞMALAR KOORDİNASYON OFİSİ

TEKNİK EDİTÖR

Merve KELEŞ

BASKI

EBSCO Tarafından Uluslararası Taranmaktadır.

Yazışma Adresi: Beşyol Mahallesi İnönü Cad. No: 38 Küçükçekmece, İSTANBUL **Tel:** 444 1 428 **Faks:** 0 212 425 57 59 **www.aydin.edu.tr**

Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi özgün bilimsel araştırmalar ile uygulama çalışmalarına yer veren ve bu niteliği ile hem araştırmacılara hem de uygulamadaki akademisyenlere seslenmeyi amaçlayan hakemli bir dergidir. / Journal of Anadolu Bil Vocational School of Higher Education is a double-blind peer-reviewed journal which provides a platform for publication of original scientific research and applied practice studies. Positioned as a vehicle for academics and practitioners to share field research, the journal aims to appeal to both researchers and academicians.

Hakem Kurulu

Prof. Dr. M. Salih ÇELİKKALE İstanbul Aydın Üniversitesi

Prof. Dr. M. Mustafa ÇIKRIKÇI İstanbul Aydın Üniversitesi

Prof. Dr. İsmail Hakkı AYDIN İstanbul Aydın Üniversitesi

Prof. Dr. Selami GÖZENÇ İstanbul Aydın Üniversitesi

Prof. Dr. M. Selahattin GÜLTEKİN İstanbul Üsküdar Üniversitesi

Prof. Dr. H. Hüsnü GÜNDÜZ Yeni Yüzyıl Üniversitesi

Prof. Dr. Harun AKSU İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Kamil BOSTAN İstanbul Aydın Üniversitesi

Prof. Dr. Osman UÇAN İstanbul Aydın Üniversitesi

Prof. Dr. Nurten GÜNAL Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Osman Zekai ORHAN Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Osman Gürsoy Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Hülya YENGİN İstanbul Aydın Üniversitesi

Prof. Dr. Necla ARAN İstanbul Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. M. Nafiz DURU İstanbul Aydın Üniversitesi

Prof. Dr. Yetkin GÜNGÖR Ankara Üniversitesi

Prof. Dr. Rahmi KESKİN Ankara Üniversitesi

Prof. Dr. Hayati DOĞANAY Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Özkan ÖZDEN İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Taçnur BAYGAR Muğla Üniversitesi

Prof. Dr. Besim AKIN İstanbul Aydın Üniversitesi

Doç. Dr. Yaşar ONAY Haliç Üniversitesi

Doç. Dr. İsmail USTA Marmara Üniversitesi

Doç. Dr. Cem AYDEMİR Marmara Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Güven ÖZDEMİR İstanbul Aydın Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Ercan ÖGE İstanbul Aydın Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Nurhan TALEBİ İstanbul Aydın Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Ferhat ÇAĞILTAY İstanbul Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Filiz AKSU İstanbul Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Mehmet Mete Karadağ İstanbul Aydın Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Zarife KAVLAK Yeni Yüzyıl Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Erkan İŞGÖREN Marmara Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Selahattin DEMİRCİ İstanbul Aydın Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Kenan SİVRİKAYA İstanbul Aydın Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Ayla ÜNVER ALÇAY İstanbul Aydın Üniversitesi

Dr. Lew NERETIN İstanbul Aydın Üniversitesi

Dr. Elena DUMITRESCU Max Planck Institute Bremen - GERMANY

Dr. Ludmyla VICTOROVNA National Institute for Marine Research and Development ROMANIA

Paola CECCON National Academy of Sciences UKRAINE

Luis M.S. RUIZ Udine University ITALY

Giuseppe ZERBI Udine University Telecommun System Ins. Greece

İçindekiler - Contents

The term of information society and its concealment of hierarchies and differences in our societies

Bilgi toplumunu tanıma ve bilgi toplumunun barındırdığı hiyerarşi ve farklılıklar
Ayşe SUCU..... 1

E-okul Sisteminin Yönetici ve Öğretmenler Tarafından Değerlendirilmesi

Evaluation of E-school system by school masters and teachers
Ebru GÜREL.....7

Otel İşletmeciliğinde Halkla İlişkiler ve İtibar Yönetimi

Public relations and reputation management in hotel management
Merve KARAVAR..... 27

Determining the main components of mobile commerce related to customers' demographical properties

Mobil ticaretin temel bileşenlerinin müşterilerin demografik özellikleri ile ilgili olarak belirlenmesi
Kemal DEMİR- Tuğba ALTINTAŞ.....51

Dünyanın Mevcut Su Potansiyeli ve Deniz Suyu Arıtımı

Existing water potential and desalination in the world
Mehmet Ali BARAN 71

Belediyelerde Yapı Kontrol İşleri

Municipalaffairs of building control
Mehmet ERCAN.....85

Yetişkinlerin Psikolojik Yardım Alma Tutumlarının İncelenmesi: Mardin İli Örneği

Examination of seeking psychological help attitudes of the adults: Example of Mardin examination
Pelin ŞİMŞEK..... 105

Küreselleşme Sürecinde Sporun Genel Bir Değerlendirmesi

Sinan ÇIRKA..... 127

Türk Çağdaşlaşma Hareketinde (Cumhuriyet Döneminde) Gerçekleştirilen Atılımlar

Progresses in the Turkish modernization movement (Republican Period)
Zeynep ŞEN.....147

Masal Kitaplarının 5-6 yaş Grubu Okul Öncesi Eğitim Çocuklarının Gelişimi Üzerindeki Olumlu ve Olumsuz Etkileri

The positive and the negative effects of the fairy tale books on the development of the preschool education children aged from 5 to 6
Zühre Koç- Somayyeh Radmard.....165

The term of information society and its concealment of hierarchies and differences in our societies

Ayşe SUCU

Abstract

Today we are living in what is called an ‘information age’ where we are able to work anywhere that a computer can be plugged into a phone line, to send information to lots of people, and letters all around the world, and to watch any film or programme at any time in an instant by internet.

Mostly these functions consist of being able to access additional information. Indeed, we say we are living in ‘information age’ however, does everyone get its benefit democratically in our societies? Regarding to this question, the main argument in this study revolves around the term of ‘information society’ and its concealment of hierarchies and differences in our societies.

The study begins with a brief introduction of information society. The main part of study then tries to show dimensions of ‘information society’ and ways of using information through individuals and in the changing patterns of employment, and global market. In order to understand these dimensions of information society, I have posed some examples. The object is to find answers with some detailed theoretical and conceptual analysis employed.

Keywords: *Information society, Information technology and Information capitalism.*

*Öğretim Üyesi, Yrd. Doç. Dr. İstanbul Aydın Üniversitesi, ABMYO, aysesucu@aydin.edu.tr

Bilgi Toplumunu Tanımı ve Bilgi Toplumunun Barındırdığı Hiyerarşi ve Farklılıklar

Özet

Bilgi çağını yaşadığımız günümüzde, bir telefon hattına bağlı olan bir bilgisayarın bulunduğu her yerde çalışabilmemiz, dünyanın dörtbir yanındaki birçok kişiye biranda bilgi ve mesaj gönderebilmemiz ve herhangi bir zamanda herhangi bir film veya programı internet aracılığıyla izleyebilmemiz mümkün.

Çoğunlukla tüm bu işlevler, birbirbirlerini bütünleyen bilgiye ulaşılabilme ile oluşur. Kuşkusuz, şu anda bilgi çağını yaşadığımızı söylesek de ancak toplumlarımızda bundan herkesin demokratik bir biçimde faydalandığını söyleyebilir miyiz? Bu bağlamda, bu çalışmanın temel argümanı bilgi toplumu kavramı ve bu kavram içerisinde varolan toplumlarımızdaki hiyerarşi ve farklılıklar üzerine olacaktır.

Çalışmanın başında bilgi toplumuna kısa bir giriş yapılmaktadır. Çalışmanın ana bölümünde bireyler arasında ve değişen çalışma hayatında ve küresel piyasalarda bilgiyi kullanma yollarına kısaca değinilerek bilgi toplumunun farklı boyutları gösterilmeye çalışılmıştır. Bilgi toplumunun bu farklı boyutlarının anlaşılabilmesi bağlamında bu bölümde bazı örneklere yer verilmiştir. Buradaki amaç, bazı teorik ve kavramsal analizlere değinerek soruna cevap bulabilmektir.

***Anahtar Kelimeler:** Bilgi toplumu, iletişim teknolojileri ve bilgi kapitalizmi.*

Introduction

There are many historians who argue that an information society has been with us since the drawn of history and that no society can exist without information which is necessary in all kind of daily life (Dordick and Wang, 1993).

Access to information in our daily lives this century generally refers inclusively to both access to the telecommunications network and to information services carried by the network. The indices of access include measures of household penetration of specific building blocks of the information superhighway, such as telephones, computers, modems, satellites and the internet and so on.

According to Schiller, in the case of information, two different ways of using it can be imagined. One is to regard information as a social good and a central element in the development and creation of democratic society. In this sense, the information is a key resource of democratic systems. (Schiller, 1996). However, in contrast, to information being regarded as a social good, he defines that; “-a different approach can treat information as privately produced commodity for sale” (Schiller, 1996). To be more specific, for instance, the information superhighway does not carry a public right of way because even though any one can plug into the internet many of its services, however, are barred to them unless they can afford to pay the access and usage charges.

Thus, the people who can afford to access the internet have more chance to see a range of cheap flight tickets for their holiday and even to pay through the internet. However, those that cannot afford to access the internet have to spend effort and time to go to Holiday Agencies or wait on the phone line queue to get the information they need. So the more money you have, the more you can do. Additionally, information may be freely available, but it is not free in our democratic societies therefore, some are more equal than others.

The explosion of information technology has created a whole new industry. In his ‘information society’ essay Bell argues that, “the growth of a new social framework based on telecommunications which the character of work and occupations in which workers are engaged” (Heap, 1995). Accordingly, as Mallet announced “the new working class” focused on the capacity to manage and operate advanced information technology (Castells, 2010). More intellectual

skills are being needed in the workplace and the job market because of new technology. Primarily, computer plays a central role in this revolution. For example, if we look in today's newspapers, it is obvious from job advertisements that the chances of obtaining employment are determined by the occupation of qualifications in computing, telecommunications, and systems analysis and so on. Hence, it has become easily clear that there has been an increase in the number of workers at computers and other information machines rapidly engaging in the task that require skill in the use of information.

In addition, to be at ease with a computer or other information machines requires a whole range of skills, from keyboard skills, computer literacy and so on. Perhaps, also the wave of information technology is ignoring some people who did not have the opportunity to education and to therefore learn the necessary skills for using this technology, for reasons of social and financial disadvantages. This may even be the case for some people who attended colleges a number of years ago. In general, however, not only the uneducated benefit less than the well-educated but also the old generation benefit less than the young generation who have more opportunities to learn these new information technologies. It is the older generations who, having gone to colleges with no computer literacy education, find it the hardest to make use of the many options becoming available.

According to Dordick and Wang, "the size and the nature of the information sector is the key measure in defining an information society" (Dordick and Wang, 1993). Yet, there are still many countries in the world, where reliable telephone communications are rarely available, where technology stands outside the society. Because of their limited resources for purchasing information systems, and equipment, and qualified workers, it is therefore not surprising that, there is a big gap between the underdeveloped nations and those advanced information societies.

Moreover, Dordick and Wang claim that, the information technologies have replaced the communications technologies as the great hope for

economic growth of nations. Particularly, the mass media, where the world-wide broadcasting has become the most important agent of this economic growth for nations (Dordick and Wang, 1993). The Sky Sport Channel is the purest examples of this development. For instance, to be able to watch some of the world wide sport events in other countries (e.g. Rugby or Football matches), you need to pay for access to the Sky Sport Channel. In addition, the tension between haves and the have-nots is not only among individuals in societies but nations as well.

Conclusion

This study shows how the term ‘information society’ conceals hierarchies and differences between individuals in a society and also between nations. The study suggest that, information society is better understood as an ‘information capitalism’ where information technology is developed to further the economic interest of states rather than to promote a more positive social environment.

Because the key to the effective use of information is through access to that information technologies is therefore important for societies. Moreover, society must have equality in education and access to these information technologies, which is in itself an essential component of democratisation and development. Therefore, free communications and information would change the balance of power between individuals and countries in information societies to create societies where everyone has equal opportunity to succeed.

References

- [1] Castells, M. (2010): The Information Age: Economy, Society and Culture. The rise of the Network Society. London. Blackwell Publishers. p. 241.
- [2] Dordick, S. H. and Wang, G. (1993): The Information Society. London. Sage Publications. p. 64.
- [3] Heap, N., Thomas, R., Einon, G., Mason, R., and Mackay, H. (1995): Information Technology and Society. London. Sage Publications. p. 55.

The term of information society and its concealment of hierarchies and differences in our societies

[4] Schiller, I. H. (1996): *Information Inequality*. London. Routledge.
p. 35.

[5] Williams, R. (1983): *Towards 2000*. London. Chatto and Windus.
p. 15.

E-okul Sisteminin Yönetici ve Öğretmenler Tarafından Değerlendirilmesi

Ebru GÜREL

Özet

Bu araştırmanın amacı, e-okul uygulamalarının değerlendirilmesine yönelik okullardaki yöneticiler ve öğretmenlerin algılarını belirlemektir.

“E-Okul sisteminin yöneticiler tarafından değerlendirilmesi” adlı çalışmaya katılanlara yönelik anket ve ölçekler uygulanmıştır. Anket çalışmasındaki ölçek ve değişkenler ile yöneticilerin, yöneticilerin e-okul sistemi ile ilgili algıları test edilmiştir.

Araştırmada tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modellerinin içinden ise genel tarama modeli tercih edilmiştir.

Bu araştırmanın evrenini İstanbul ili Pendik İlçesinde 2014-2015 eğitim öğretim yılında devlet ilkokullarında görev yapan öğretmen ve yöneticilerden oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme, İstanbul ili Pendik ilçesinde bulunan okullarda görev yapan basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilen 230 öğretmen ve yöneticiyi kapsamaktadır.

Araştırmada veriler Polat (2011) tarafından hazırlanan “YBSEÖ ölçeği” isimli veri toplama aracı ile toplanmıştır. Veri toplama aracı anketin devlet okullarından görev yapan öğretmen ve yöneticilere uygulanabilmesi için ilgili yerlerden resmi izin alınmıştır.

Okullarda görev yapan öğretmen ve yöneticilerin E-okul hakkındaki görüşlerinin ortaya çıkarılması amacıyla ortaya çıkan bu çalışmada kişisel bilgi anketi, “YBSEÖ” ölçeği ve e okul yapılandırılmış görüşler formu kullanılmıştır.

** İsa Yusuf Alptekin İlkokulu, Pendik, İstanbul. E,mail: ebruyildirimm@hotmail.com., Tel:0544 674 98 82.*

Ölçme aracıyla toplanan veriler, bilgisayara aktarılarak araştırmanın amacına yönelik sorulara cevap olacak biçimde SPSS 16.0 programında çözümlenmiştir.

Yapılan araştırmada şu sonuçlar elde edilmiştir:

Katılımcıların görüşünün kurum işlemleri ve öğrenci işlemleri için “yeterli”, karne dönemi işlemleri ve genel toplamda orta düzeyde yeterli olduğu görülmüştür. Katılımcıların YBSEÖ ölçeği ve alt faktörleri puanları incelendiğinde cinsiyet, öğrenim durumu, mesleki kıdem ve e okula bağlandıkları mekan itibari anlamlı düzeyde bir farkın olmadığı tesbit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *E-okul, eğitim, okul*

Evaluation of E-school system by school masters and teachers

Abstract

The purpose of this research is to determine the perception of the teachers and school masters intended to evaluate e-school applications.

A survey and scale factors have been applied to participants to the research named “Evaluation of E School system by school masters”. The scale factors and variables involved in the survey have been used to test the masters as well as their perception regarding e-school system.

Screening model has been used in this research. Among the screening models, general screening model has been preferred.

The population of this research is composed of teachers and school masters working at public primary schools in the prefecture of Istanbul, district of Pendik during the academic year of 2014-2015. The sample of the research involves 230 teachers and school masters selected with simple random sampling method among those working

at schools found in the prefecture of Istanbul and district of Pendik. The data involved in the research have been gathered through data collection tool named “YBSEÖ scale” prepared by Polat (2011). The relevant permission have been acquired from the relevant authorities in order to apply data collection tool survey to teachers and school masters working at public schools.

In this research conducted in order to expose the opinions of teaches and masters working at public schools about e-school, we have used personal information survey as well as “YBSEÖ scale and e-school structured opinions form.

Data gathered through measuring instrument are then transferred to electronic environment and analyzed in the program SPSS 16.0 as reply to questions asked in the scope of this survey purpose.

The following results have been obtained in this research:

It is seen that according to participants’ opinion Institution transaction and student transaction the system is “Enough”, whereas for school report period transactions and in general it is at intermediate level. When YBSEÖ scale and sub-factors points given by participants, it is seen that there is no significant difference in their opinion according to the sex, educational background, professional seniority and location where e-school is attached.

Keywords: *E-School, education, school*

Giriş

Problem Durumu

Yeni Kamu hizmeti anlayışı; açıklık, hesap verilebilirlik, vatandaş odaklılık ilkelerini de beraberinde getirmiştir. Teknolojik gelişmeler kurumların bu ilkeleri uygulamaları için uygun zeminler de yaratmış ve yaratmaya devam etmektedir. Hiç şüphesiz tüm kamu kurumlarında her geçen gün daha işlevsel ve etkin bir yapı

şeklinde var olan e-devlet uygulamaları sözü edilen bu zeminin en somut göstergesidir. “Vatandaşlar, kendilerine sunulan kamu hizmetlerinin devletin varlık nedeninin bir gereği olduğu, hizmetlerin planlanması, kararlaştırılması ve uygulanması ile ilgili süreçlere demokratik mekanizmalar aracılığı ile katılmalarının bir vatandaşlık sorumluluğu olduğu bilincine varmaya başlamışlardır. Kamu hizmetlerinin sunumunda vatandaşların memnuniyetlerinin sağlanması doğrultusunda hizmet etmek amacıyla devletler tarafından elektronik yapılanmaya gidilmekte ve bu yapılanma konusunda interneti yaygınlaştırma, bilgisayar okuryazarlığını artırma ve bilgi toplumu olma konusunda politikalar geliştirilmekte, projeler üretilmektedir” (Meydanlı, 2010).

“E-Devlet, Türkiye’de gittikçe kabul gören ve önem verilen bir alandır. Devlet, özel sektör, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler e-dönüşüm sürecinde yer almakta, çeşitli görevler üstlenmektedirler. Kamu kurum ve kuruluşları genel ağ sayfalarını düzenleyip hizmete sokarken, üniversiteler de hem genel ağ sayfaları ile ilgilenip hem de lisans ve yüksek lisans programlarında e-Devlete yer vermektedirler. Özel sektör, özellikle maliye, vergi ve sosyal güvenliğe dair işlemlerinde e-Devlet hizmetlerinden yoğun bir şekilde yararlanmakta, şirket yapılanmalarını ve personel istihdamlarını buna göre düzenlemektedirler. Basın-yayın organları da internet ve e-Devlete yönelik haberlere daha çok ilgi göstermekte, bu alandaki uygulamalarla ilgili gelişmeleri topluma iletmekte ve yeni uygulamaların insanlara faydalı olacağı yönünde tavır sergilemektedirler” (Çoban, 2006).

“Günümüzde özellikle ticaret ve eğitim başta olmak üzere aşına olduğumuz birçok kavram, internet sayesinde başına elektronik kelimesinin ilk harfi olan “e-” ekini alarak yeni anlamlar kazanmıştır. Ağır işleyen bürokrasi, e-devlet uygulamasında bütün organlarını elektronik ortama taşıyabilme çabası içerisinde. İlk etapta bankacılık ve ticaret sektörlerinde hızlı yayılma gösteren “e-“ uygulamaların, devletin çeşitli birimlerinde önemsenmiş olması yarınlar açısından umut vericidir” (Gökdaş ve Kayri,

2005). Geleneksel kamu yönetimini büyük ölçüde dönüştüren e-devlet sistemi ülkemizde adeta yeni kamu yönetiminin bir simgesi durumuna gelmiştir.

“E-Devlet ile vatandaşlar, kendilerini ilgilendiren birçok kamu bilgisine kolaylıkla erişme imkânına sahip olmakta ve bireylerin yaşantıları olumlu yönde etkilenmektedir. Ayrıca vatandaşlar, devlet kurumlarında gerçekleştirilen toplumsal süreçlere etkin olarak katılma imkânına kavuşmaktadırlar. Bu da, devlet kademelerinde daha demokratik bir ortamın oluşmasına katkı sağlamaktadır. Denetim mekanizmasının da daha güçlü bir yapıya ulaşması bu demokratikleşme sürecinin oluşmasını sağlayan önemli bir etkidir. Bu durum ülkemizde birçok devlet kurumunun e-Devlet uygulamalarına geçişine neden olmuştur” (Kızılböğâ, 2010).

E-devlet uygulamalarının Milli Eğitim Bakanlığına yansımaları e-okul projesi ile olmuştur. Bu proje Bakanlığın tarihindeki en önemli projelerden biri olarak kabul edilebilir. İlk ortaya çıktığında kimi kullanıcıların başarısından şüphe duyarak temkinli yaklaştıkları bu proje bugün Bakanlığın gerçekleştirdiği en başarılı proje haline gelmiştir. E-okul projesi fikri 2005 yılında ortaya çıkmış aynı yıl kurgusu yapıp İlgili Bakanlık Makamı onayı ile çalışmalarına başlamıştır. Bu sistem öğrenci kayıtlarının internet yoluyla alınması imkânını sunarken; velilerin çocuklarıyla ilgili devam-devamsızlık, karne notları gibi verileri izlemelerini anlık olarak gerçekleştirmiş, kurumlarımıza da iş ve işlemlerini hantal bürokratik yapının zorlaştırıcı ve bıktırıcı etkisinden uzak olarak daha hızlı yerine getirme imkânları sağlamıştır.

“E-Okul Sistemi tüm okul öncesi, temel eğitim ve orta öğretim kurumlarında standart bir yapı oluşturarak uygulamalardan kaynaklanan hataları büyük oranda ortadan kaldırmış, ders çizelgelerinin oluşturulmasından, karne ve diploma düzenlemeye kadar her alanda standart bir yapı kurulmuştur. Bu sayede yaşanan birçok sorun ortadan kalkmış, Ortaöğretime Geçiş Sistemi için altyapı da oluşmuş ve elektronik ortamın avantajları etkin bir şekilde

yaşanır hale gelmiştir” (Gültekin, 2006).

Eğitime farklı bir bakış açısı kazandıran e-okul uygulamalarının tam olarak hayata geçirilmesiyle birlikte okullarımız maddi açıdan olduğu gibi zaman ve emek açısından da çok büyük bir rahatlama içerisine girmiştir. İnsan hatasından kaynaklanan sıkıntıların da bu sayede en aza indirildiğini de söylemek gerekir. “Millî Eğitim Bakanlığı ayrıca 25 Ocak 2008 tarihinde “Veli Bilgilendirme Sistemi”ni kullanıma açmıştır. Bu sistem sayesinde veliler öğrencilerinin ders notlarını, devamsızlık bilgilerini, haftalık ders programlarını, aldıkları belgeleri, okudukları kitapları, davranış notlarını ve okulun duyurularını takip edebilmektedir” (Özkan, 2011).

Yöntem

Araştırmanın bu bölümünde araştırmada, araştırmanın modeli, evren ve örneklem, veri toplama aracı, verilerin uygulanması, verilerin işlenmesi ve çözümlenmesine yer verilmiştir.

Araştırmanın Modeli

“E Okul sisteminin yöneticiler tarafından değerlendirilmesi” adlı çalışmaya katılanlara yönelik anket ve ölçekler uygulanmıştır. Anket çalışmasındaki ölçek ve değişkenler ile yöneticilerin, yöneticilerin e-okul sistemi ile ilgili algıları test edilmiştir.

Araştırmada tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modellerinin içinden ise genel tarama modeli tercih edilmiştir.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, e-okul uygulamalarının değerlendirilmesine yönelik okullardaki yöneticiler ve öğretmenlerin algılarını belirlemektir. Bu amaca ulaşabilmek için şu sorulara yanıt aranacaktır;

- İlköğretim okulu yönetici ve öğretmenlerinin e-okul sistemindeki uygulamalara yönelik algıları nelerdir?
- İlköğretim okulu yönetici ve öğretmenlerinin e-okul sistemindeki

uygulamalara yönelik algıları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

• E-okul sistemindeki uygulamalara yönelik yönetici ve öğretmenlerin algıları: cinsiyete, öğrenim düzeyine ve mesleki kıdeme göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

• Yönetici ve öğretmenlerin e-okul sistemindeki uygulamalara yönelik algıları internete erişim mekânları açısından anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu araştırmanın evrenini İstanbul ili Pendik İlçesinde 2014-2015 eğitim öğretim yılında devlet ilkokullarında görev yapan öğretmen ve yöneticilerden oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme, İstanbul ili Pendik ilçesinde bulunan okullarda görev yapan basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilen 230 öğretmen ve yöneticiyi kapsamaktadır.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada veriler Polat (2011) tarafından hazırlanan “YBSEÖ ölçeği” isimli veri toplama aracı ile toplanmıştır. Veri toplama aracı anketin devlet okullarından görev yapan öğretmen ve yöneticilere uygulanabilmesi için ilgili yerlerden resmi izin alınmıştır.

Ölçeğin ilk bölümünde kişisel bilgilerin yer aldığı 5 (beş) soru yöneltilmiştir. İkinci bölümde öğretmen ve yöneticilerin algılarını belirlemek üzere e-okul yeterlik ölçeği, üçüncü bölümde ise e-okula dönük yapılandırılmış görüşlerin tespitine yönelik anket uygulanmıştır.

Kullanılan ölçek Polat (2011) tarafından hazırlanmıştır. Toplamda 4 maddenin ölçekten çıkarılması sonrasında tekrardan bu sefer 35 madde üzerinden ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Yeni Cronbach Alpha katsayısı, ,959 olarak bulunmuştur. Ayrıca mevcut araştırma için kullanılan ölçekten elde edilen veriler incelendiğinde de Cronbach Alpha katsayısı, ,964 olduğu gözlemlenmiştir.

Verilerin Toplanması

Okullarda görev yapan öğretmen ve yöneticilerin e-okul hakkındaki görüşlerinin ortaya çıkarılması amacıyla ortaya çıkan bu araştırmada kişisel bilgi anketi, “YBSEÖ ölçeği ve e okul yapılandırılmış görüşler formu kullanılmıştır.

Anketlerin uygulama süreci yaklaşık 4 hafta sürmüştür.

Verilerin İşlenmesi ve Çözümlemesi

Ölçme aracıyla toplanan veriler, bilgisayara aktarılarak araştırmanın amacına yönelik sorulara cevap olacak biçimde SPSS 16.0 programında çözümlenmiştir.

Verilen yanıtlarda “Tamamen yeterli” (5) puan , “Yeterli” (4) puan , “Orta derece yeterli” (3) puan , “Yeterli değil” (2) puan , “Hiç yeterli değil” (1) puan olarak değerlendirilmiştir.

Anketin birinci bölümünde bulunan demografik özellikler puanlanmış ve istatistiksel çözümler bilgisayar ortamında gerçekleştirilmiştir. Çözümlerinde demografik özelliklerini (cinsiyet, Branş, öğrenim durumu, hizmet süresi ve e okula erişim şekli) betimleyici frekans ve yüzde dağılımları belirlenmiş ve daha sonra ölçekteki soru maddeleri ile ilgili toplam puanlar belirlenmiştir. Başarılı okul müdürü ile ilgili puan ortalamaları arasında farklılık olup olmadığını anlamak amacıyla, varyans analizi ve “t” testi teknikleri, ayrıca öğretmen ve okul yöneticisinin cinsiyeti ve diğer sorular arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla da “ x²” tekniği kullanılmıştır.

Bulgular

Bu bölümde veri toplama aracı olan “YBSEÖ” ölçeğinden elde edilen verilere yer verilmiştir. Elde edilen veriler frekans, yüzde dağılımları, t-testi ve varyans analizi testleri analiz edilmiştir.

Araştırmaya katılan öğretmen ve okul yöneticilerine ait “YBSEÖ” ölçeği puan yorumu:

Tablo 1: “YBSEÖ” ölçeği puan yorumu “YBSEÖ” ölçeği puan yorumları.

	N	Min	Max	X	SS	Madde Ort.
Kurum İşlemleri	230	25,00	70,00	50,28	8,69	3,59
Öğrenci İşlemleri	230	20,00	55,00	39,09	6,44	3,55
Karne Dönemi İşlemleri	230	9,00	30,00	22,15	3,66	3,19
Toplam	230	61,00	154,00	111,5	17,41	3,18

Tabloda veriler aşağıdaki gibi yorumlanmıştır: Ölçeğin aralık genişliğinin, “dizi genişliği/yapılacak grup sayısı” (Tekin, 1996) tarafından geliştirilen formül ile hesaplanmıştır. Geliştirilen formülde aritmetik ortalama aralıkları; “1,00-1,80= Hiç yeterli değil”, “1,81-2,60= Yeterli değil”, “2,61-3,40= Orta düzey yeterli”, “3,41- 4,20=Yeterli” ve “4,21-5,00= Tamamen yeterli” şeklindedir. Ölçekteki puanlar, 1,00 ile 5,00 arasında olduğundan, puanlar 5,00’e yaklaştıkça yöneticilerin yönetim beceri düzeyi algısının yüksek olduğu, 1,00’e yaklaştıkça ise düşük olduğu kabul edilmiştir.

Tablo incelendiğinde katılımcıların görüşünün kurum işlemleri ve öğrenci işlemleri için “Yeterli”, Karne dönemi işlemleri ve genel toplamda orta düzeyde yeterli olduğu görülmüştür.

Tablo 2: “YBSEÖ” ölçeği puanlarının cinsiyet değişkenine göre yorumlanması.

	Cinsiyet	N	X	Ss	Sd	T	P
Kurum İşlemleri	Kadın	148	50,001	9,00	148	,656	,513
	Erkek	82	50,79	8,12	82		
Öğrenci İşlemleri	Kadın	148	39,07	6,60	148	,054	,957
	Erkek	82	39,12	6,17	82		
Karne Dönemi İşlemler	Kadın	148	22,11	3,71	148	,231	,816
	Erkek	82	22,23	3,61	82		

Toplam	Kadın	148	111,2	18,13	148	,396	,693
	Erkek	82	112,1	16,14	82		

Tabloda Cinsiyet değişkenine göre “YBSEÖ” ölçeği Puan ortalamaları, standart sapmaları ve T-Testi Sonucu verilmiştir. Çizelgeye göre kurum işlemleri alt boyutunda kadınların ortalamasının ($\bar{x}=50,001$), erkeklerin ortalamasından ($\bar{x}=50,79$) daha düşük olduğu görülmektedir. Ancak yapılan t-testi sonunda kadınlar ile erkekler arasında anlamlı düzeyde bir farkın olmadığı görülmüştür ($t=,656$, $p>,05$).

Öğrenci işleri alt boyutunda kadınların ortalamasının ($\bar{x}=39,07$), erkeklerin ortalamasından ($\bar{x}=39,12$) daha düşük olduğu görülmektedir. Yapılan t-testi sonunda kadınlar ile erkekler arasında anlamlı düzeyde bir farkın olmadığı görülmüştür ($t=0,054$, $p>,05$).
Karne dönemi işlemleri alt boyutunda kadınların ortalamasının ($\bar{x}=22,11$), erkeklerin ortalamasından ($\bar{x}=22,23$) daha düşük olduğu görülmektedir. Ancak yapılan t-testi sonunda kadınlar ile erkekler arasında anlamlı düzeyde bir farkın olmadığı görülmüştür ($t=0,231$, $p>,05$).

Son olarak “YBSEÖ” ölçeği toplam puan incelendiğinde kadınların ortalamasının ($\bar{x}=111,2$), erkeklerin ortalamasından ($\bar{x}=112,1$) daha düşük olduğu görülmektedir. Ancak yapılan t-testi sonunda kadınlar ile erkekler arasında anlamlı düzeyde bir farkın olmadığı görülmüştür ($t=0,396$, $p>,05$).

Tablo 3: “YBSEÖ” ölçeği puanlarının öğrenim değişkenine göre ANOVA testi sonuçları

Görev	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	P
Kurum İşlemleri	Gruplar Arası	262,968	2	131,484	1,752	,176
	Grup İçi	17040,093	227	75,066		
	Toplam	17303,061	229			
Öğrenci İşlemleri	Gruplar Arası	191,234	2	95,617	2,330	,100
	Grup İçi	9313,849	227	41,030		
	Toplam	9505,083	229			
Karne Dönemi İşlemleri	Gruplar Arası	67,764	2	33,882	2,553	,080
	Grup İçi	3012,601	227	13,271		
	Toplam	3080,365	229			
Toplam	Gruplar Arası	1458,628	2	729,314	2,434	,090
	Grup İçi	68026,594	227	299,677		
	Toplam	69485,222	229			

Tabloda “YBSEÖ” ölçeği puanlarının öğrenim değişkenine göre ANOVA testi puanları verilmiştir. Yapılan araştırmaya göre kurum işlemleri ($F=1,752$, $p>,05$), öğrenci işlemleri ($F=2,33$, $p>,05$) ve karne dönemi işlemleri ($F=2,55$, $p>,05$) alt faktörlerinden öğrenim durum değişkenleri arasında anlamlı düzeyde fark ortaya çıkmamıştır. Ayrıca “YBSEÖ” ölçeği puanları ($F=2,43$, $p>,05$) incelendiğinde de öğretim düzeyinin ayırt edici bir değişken olmadığı görülmektedir.

Tablo 4: “YBSEÖ” ölçeği puanlarının mesleki kıdem değişkenine göre ANOVA testi sonuçları

Görev	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	P
Kurum İşlemleri	Gruplar Arası	664,260	4	166,065	2,246	,065
	Grup İçi	16638,801	225	73,950		
	Toplam	17303,061	229			
Öğrenci İşlemleri	Gruplar Arası	194,199	4	48,550	1,173	,323
	Grup İçi	9310,884	225	41,382		
	Toplam	9505,083	229			
Karne Dönemi İşlemleri	Gruplar Arası	84,490	4	21,123	1,586	,179
	Grup İçi	2995,875	225	13,315		
	Toplam	3080,365	229			
Toplam	Gruplar Arası	2279,305	4	569,826	1,908	,110
	Grup İçi	67205,917	225	298,693		
	Toplam	69485,222	229			

Tabloda “YBSEÖ” ölçeği puanlarının mesleki kıdem değişkenine göre ANOVA testi puanları verilmiştir. Yapılan araştırmaya göre kurum işlemleri ($F=2,246$, $p>,05$), öğrenci işlemleri ($F=1,173$, $p>,05$) ve karne dönemi işlemleri ($F=1,586$, $p>,05$) alt faktörlerinden mesleki kıdem durum değişkenleri arasında anlamlı düzeyde fark ortaya çıkmamıştır. Ayrıca “YBSEÖ” ölçeği puanları ($F=1,908$, $p>,05$) incelendiğinde de mesleki kıdem değişkenleri arasında anlamlı düzeyde bir fark görülmemiştir.

Tablo 5: “YBSEÖ” ölçeği puanlarının e okul sistemine erişimde en çok tercih edilen mekan değişkenine göre ANOVA testi sonuçları

Görev	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	P
Kurum İşlemleri	Gruplar Arası	388,034	4	97,008	1,290	,275
	Grup İçi	16915,027	225	75,178		
	Toplam	17303,061	229			
Öğrenci İşlemleri	Gruplar Arası	248,766	4	62,191	1,512	,200
	Grup İçi	9256,317	225	41,139		
	Toplam	9505,083	229			
Karne Dönemi İşlemleri	Gruplar Arası	126,069	4	31,517	2,400	,051
	Grup İçi	2954,296	225	13,130		
	Toplam	3080,365	229			
Toplam	Gruplar Arası	2047,304	4	511,826	1,708	,149
	Grup İçi	67437,918	225	299,724		
	Toplam	69485,222	229			

Tabloda “YBSEÖ” ölçeği puanlarının E Okul sistemine erişimde en çok tercih edilen mekan değişkenine göre ANOVA testi puanları verilmiştir. Yapılan araştırmaya göre kurum işlemleri ($F=1,29$, $p>,05$), öğrenci işlemleri ($F=1,51$, $p>,05$) ve karne dönemi işlemleri ($F=2,40$, $p>,05$) alt faktörlerinden e-okula erişilen mekan değişkenleri arasında anlamlı düzeyde fark ortaya çıkmamıştır. Ayrıca “YBSEÖ” ölçeği puanları ($F=1,708$, $p>,05$) incelendiğinde de e-okula erişilen mekan değişkenleri arasında anlamlı düzeyde bir fark görülmemiştir.

Sonuç

Yeni kamu hizmeti uygulamaları günümüzün çağdaş yönetim anlayışı felsefesinin çıkış noktasını teşkil etmektedir. Yönetişim kavramı ile birlikte gündeme gelen hizmet alan ve hizmet veren arasındaki etkileşimin düzeyi çağdaş yönetim anlayışının kalitesini ifade etmektedir.

Kamu hizmetlerindeki gelişme, devlet sektöründe de hizmetlerin sunulduğu olarak bir büyüme meydana getirmiştir. Kamu hizmetlerinin ihtiyaçlara paralel olarak sürekli değişiyor olması, kamu yönetiminin de sürekli değişmesini ve bu gelişmeye uyum sağlamasını gerektirmiştir. Teknolojik alandaki yenilikler ve gelişmeler de yönetimin şekli ve biçimi konusunda önemli etkiler meydana getirmiştir. E-okul uygulamaları bu etkinin ortaya çıkardığı sonuçtur. E-Devlet uygulamaları ile beraber hizmetlere erişim kolaylaşmış, bilgiye daha çabuk ulaşılması imkânı doğmuş, hizmetler daha ucuza mal edilmiş, kırtasiyecilik önemli ölçüde azalmış, hantal bürokratik yapıda önemli iyileşmeler meydana gelmiş, bilgisayar kullanımı artmış ve tüm bunların sonucunda da yönetimde şeffaflık ve saydamlık sağlanmış, yurttaş odaklı bir yönetim anlayışı oluşturulmuştur.

E-devlet uygulamalarının Milli Eğitim Bakanlığına yansımaları MEBBİS ve E-okul gibi önemli projeler olarak kendini göstermiştir. MEBBİS daha çok personel yönetimini düzenleyen bir sistem olmuşken özellikle e-okul uygulamaları veli ve öğrencilerle daha çok etkileşim imkânı getiren önemli bir proje olarak başarıyla uygulanmış ve uygulanmaya devam etmektedir.

E-Okul Yönetim Bilgi Sistemi ile birlikte evrak işleri ile iletişim elektronikleşmiş, kâğıt ve zaman tasarrufu yoluyla maliyet önemli ölçüde düşmüştür. Karne basımı, not çizelgelerinin doldurulması gibi iş ve işlemler zahmetli bir iş yükü konumundan çıkmıştır. Yönetim ile ilgili işler daha zahmetsiz, kolay ve akıcı bir biçimde yürütülmüştür. Elbette bu durum insan kaynaklarında aranan nitelik olarak bilişim ve internet okuryazarı olma durumunu da beraberinde getirmiştir. E-Okul Yönetim Bilgi Sistemi ile birlikte not defterlerinin, öğrenci gelişim dosyalarının ortadan kalkması bunun yerine sisteme öğrenci ile ilgili daha çok veri girişinin yapılması gereği ve verilerin elektronik ortama girilmesi sonucunda hata payının azalması sistemin öğretmenlerin okulla ilgili yaptıkları iş ve işlemlere getirdiği önemli yenilikler olarak göze çarpmaktadır.

Sistem sayesinde öğrencilerin resimlerini, diğer derslerdeki başarı durumlarını görme imkânı bulan öğretmenler öğrenciler ile ilgili bilgilere pratik bir şekilde erişebilmektedirler. Öğrencilerin ve velilerin e-Okul Veli Bilgilendirme Sistemi sayesinde istedikleri zaman notlarına bakabilmeleri, geçmişe dönük not ortalamalarına ulaşabilmeleri, devamsızlık durumlarını takip edebilmeleri, sistemin öğrencilere okuldaki başarı durumlarını izlemeye ve geçmişe dönük kıyaslar yapmada kolaylıklar sağlamaktadır. Veli Bilgilendirme Sisteminin etkin işlemleriyle veliler okula gidemedikleri zamanlarda öğrencilerinin derslerdeki durumunu öğrenebilme imkânı yakalamış ve öğrencileri ile ilgili her türlü ders bilgisine anında ulaşabilmişlerdir. Yöneticilerin e-Okul Yönetim Bilgi Sistemini iyi tanıyıp kullanmaları, sistemle ilgili güncel bilgileri takip etmeleri, bu güncel bilgileri öğretmenlere duyurmaları sistemin bir yöneticiye yüklediği sorumluluklardandır. Öğretmenlerin sistemin iyi işlemesi ile ilgili sorumlulukları; e-Okul Yönetim Bilgi Sistemine ders ve davranış notları, okudukları kitaplar v.b. veri girişlerini zamanında ve düzenli bir şekilde yapmaları, sistemde bulunan öğrenci bilgilerini güncellemeleri, şifreleri gizli tutmaları olarak sıralanabilir.

E-okul uygulamaları ilk çıktığı tarihten bugüne sürekli kendini yenileyerek gelişmiş ve büyümüştür. Milli Eğitim Bakanlığının yüz akı konumunda bulunan bu projenin gelişmeye devam ederek teknolojiden destek alan çağdaş yönetim anlayışının bir simgesi olarak var olmaya devam etmesi sistemden etkilenen tüm paydaşların ortak dileği olmaktadır.

Bu araştırmanın amacı, e-okul uygulamalarının değerlendirilmesine yönelik okullardaki yöneticiler ve öğretmenlerin algılarını belirlemektir.

“E Okul sisteminin yöneticiler tarafından değerlendirilmesi” adlı çalışmaya katılanlara yönelik anket ve ölçekler uygulanmıştır. Anket çalışmasındaki ölçek ve değişkenler ile yöneticilerin, yöneticilerin e-okul sistemi ile ilgili algıları test edilmiştir.

Araştırmada tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modellerinin içinden ise genel tarama modeli tercih edilmiştir.

Bu araştırmanın evrenini İstanbul ili Pendik İlçesinde 2014-2015 eğitim öğretim yılında devlet ilkokullarında görev yapan öğretmen ve yöneticilerden oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme, İstanbul ili Pendik ilçesinde bulunan okullarda görev yapan basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilen 230 öğretmen ve yöneticiyi kapsamaktadır.

Araştırmada veriler Polat (2011) tarafından hazırlanan “YBSEÖ ölçeği” isimli veri toplama aracı ile toplanmıştır. Veri toplama aracı anketin devlet okullarından görev yapan öğretmen ve yöneticilere uygulanabilmesi için ilgili yerlerden resmi izin alınmıştır.

Yapılan araştırmada şu sonuçlar elde edilmiştir:

Katılımcıların görüşünün kurum işlemleri ve öğrenci işlemleri için “Yeterli”, Karne dönemi işlemleri ve genel toplamda orta düzeyde yeterli olduğu görülmüştür.

Katılımcıların YBSEÖ ölçeği ve alt faktörleri puanları incelendiğinde cinsiyet, öğrenim durumu, mesleki kıdem ve e okula bağlandıkları mekan itibari anlamlı düzeyde bir farkın olmadığı görülmüştür.

“E-Okul sitemi içerisindeki menüler bölümünde okul içerisindeki kulüp çalışmalarına yönelik menülerinde olması gerekir.” Önermesine katılımcıların %20,4’ünün tamamen katılıyorum, %33,5’inin katılıyorum, %20’sinin kararsızım, %17,8’inin katılmıyorum ve %8,3’ünün ise hiç katılmıyorum seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun mevcut önermeye katılıyorum ve tamamen katılıyorum düzeyince cevap verdikleri görülmektedir.

“E-Okul yapısı içerisinde okul rehberlik çalışmalarına yönelikte ayrı bir modül oluşturulması gerekir.” Önermesine katılımcıların %34,3’ünün tamamen katılıyorum, %50,4’ünün katılıyorum,

%8,3'ünün kararsızım, %5,7'sinin katılmıyorum ve %1,3'ünün ise hiç katılmıyorum seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun mevcut önermeye katılıyorum ve tamamen katılıyorum düzeyince cevap verdikleri görülmektedir.

“Yönetici ve diğer modüllerin kullanımı esnasında pratik bir site haritasının olması gereklidir.” Önermesine katılımcıların %37'si tamamen katılıyorum, %50,9'unun katılıyorum, %10,9'unun kararsızım ve %1,3'ünün ise hiç katılmıyorum seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun mevcut önermeye katılıyorum ve tamamen katılıyorum düzeyince cevap verdikleri görülmektedir.

“Sınıf içi rehberlik çalışmalarına yönelikte ayrı alt menülerin olması gerekir.” Önermesine katılımcıların %31,3'ünün tamamen katılıyorum, %48,3'ünün katılıyorum, %13,9'unun kararsızım, %4,8'inin katılmıyorum ve %1,7'sinin ise hiç katılmıyorum seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun mevcut önermeye katılıyorum ve tamamen katılıyorum düzeyince cevap verdikleri görülmektedir.

“Sınıf içi rehberlik çalışmalarına yönelikte ayrı alt menülerin olması gerekir.” Önermesine katılımcıların %31,3'ünün tamamen katılıyorum, %43'ünün katılıyorum, %19,1'inin kararsızım, %4,3'ünün katılmıyorum ve %2,2'sinin ise hiç katılmıyorum seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun mevcut önermeye katılıyorum ve tamamen katılıyorum düzeyince cevap verdikleri görülmektedir.

“Öğretmen modülün de kulüp çalışmalarına yönelik ayrıntılı bir menü veya alt menülerin olması gereklidir.” Önermesine katılımcıların %20,4'ünün tamamen katılıyorum, %40,9'unun katılıyorum, %17,8'inin kararsızım, %13,9'unun katılmıyorum ve %7'sinin ise hiç katılmıyorum seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun mevcut önermeye katılıyorum ve tamamen katılıyorum düzeyince cevap verdikleri görülmektedir.

“Öğrencilerin sosyal faaliyet adı altında okuduğu kitap listelerini oluştururken e-okul içerisinde öğretmenin oluşturacağı bir kitap isim havuzunun olması veri girişlerini kolaylaştırır.” Önermesine katılımcıların %33,9’unun tamamen katılıyorum, %45,2’sinin katılıyorum, %12,2’sinin kararsızım, %7’sinin katılmıyorum ve %1,7’sinin ise hiç katılmıyorum seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun mevcut önermeye katılıyorum ve tamamen katılıyorum düzeyince cevap verdikleri görülmektedir.

“E-Okul açılış sayfasında her okulun kendi kurum kültürüne yönelikte bilgiler olmalıdır.” Önermesine katılımcıların %33,9’unun tamamen katılıyorum, %46,5’inin katılıyorum, %13’ünün kararsızım, %4,8’inin katılmıyorum ve %1,7’sinin ise hiç katılmıyorum seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun mevcut önermeye katılıyorum ve tamamen katılıyorum düzeyince cevap verdikleri görülmektedir.

Kaynaklar

- [1] Çoban, G., (2006) “E-Devlet ve İstanbul Valiliği Uygulaması”, Yüksek Lisans Tezi, s:3 Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- [2] Gökdaş, İ., Kayri, M., (2005). “E-Öğrenme ve Türkiye Açısından Sorunlar, Çözüm Önerileri, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi,(2) s:2.
- [3] Gültekin, B., (2006) “Türkiye’de E-Devlet Uygulamaları ve Toplumsal Açılımları”. Master Tezi, s:32 Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- [4] Kızılboga, R., (2010) “Milli Eğitim Bakanlığının E-Okul Uygulamasının Yönetici, Öğretmen, Öğrenci ve Veli Görüşleri Doğrultusunda Değerlendirilmesi ”. Yüksek Lisans Tezi, s:3 Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- [5] Meydanlı, M.A., (2010) “E-Devlet ve Türkiye’de E-Devlet Uygulamalarının Kamu Hizmetleri Üzerindeki Etkisi: İçişleri Bakanlığı Mernis Uygulaması”. Yüksek Lisans Tezi, s:1 Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- [6] Özkan, Y., (2011) “*İlköğretim Okulu Yönetici ve Öğretmenlerinin Milli Eğitim Bakanlığının E-Okul Uygulamalarına İlişkin Algıları*”. Yüksek Lisans Tezi, s:13 Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van.
- [7] Polat, M., (2011) “*Yönetim Bilgi Sistemi Olarak E-Okul Uygulamalarının Değerlendirilmesi*” Yüksek Lisans Tezi, s:65-73 Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- [8] Tekin, H., (1996), *Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme*. Ankara: Yargı Yayınları, s.312.
- [9] Özkan, Y., (2011) “*İlköğretim Okulu Yönetici ve Öğretmenlerinin Milli Eğitim Bakanlığının E-Okul Uygulamalarına İlişkin Algıları*”. Yüksek Lisans Tezi, s:13 Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van.
- [10] Polat, M., (2011) “*Yönetim Bilgi Sistemi Olarak E-Okul Uygulamalarının Değerlendirilmesi*” Yüksek Lisans Tezi, s:65-73 Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- [11] Tekin, H., (1996), *Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme*. Ankara: Yargı Yayınları, s.312.

Otel İşletmeciliğinde Halkla İlişkiler ve İtibar Yönetimi¹

Merve KARAVAR

Özet

Halkla ilişkiler ve itibar yönetimi bir kurumun en önemli faaliyetlerindedir. Teknolojinin gelişmesi ile rekabet ortamı giderek yaygınlaşmakta ve birçok kurum ortaya çıkmaktadır. Kurumların bu rekabet ortamında farklılıklarını ortaya koyabilmeleri, kendilerini geliştirmeleri, varlıklarını sürdürebilmeleri ve belirlemiş oldukları hedef kitesini etkilemesi gerekmektedir. Kurumların amacı, hedef kitleyi etkilemek ve tercih edilmeyi sağlamaktır.

Kurumlar, rekabet ortamında tercih edilebilirliğini sağlamak için ilk olarak ürün ve hizmetlerinin hedef kitle tarafından tercih edilmesini sağlaması gerekmektedir. Bu noktada kurumlara değer yaratan bir halkla ilişkiler unsuru olarak itibar yönetimi ortaya çıkmaktadır. İtibar kurumların hedef kitle tarafından nasıl algılandığı ile ilgilidir. Kurumun itibarı ne kadar yüksek olursa kuruma duyulan güven de o kadar yüksek olur ve kurum rekabet ortamında farklılığını ortaya koyar.

Çalışmamızda İzmit ve civarında yer alan 3, 4, 5 yıldızlı otellerde çalışanların, itibar yönetimini nasıl algıladığını, kurumsal itibar bileşenlerinden hangi unsurların ön plana çıktığını ortaya koymak için anket çalışması yapılmış ve sonuçlar, tablolar ve yorumlarla belirtilmiştir.

Çalışmamız, otellerde çalışanların itibara yönelik bakış açısını ortaya koyma amacıyla hazırlanmıştır.

¹**merve_karavar@hotmail.com TC. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilen " Otel İşletmeciliğinde Halkla İlişkiler ve İtibar Yönetimi" isimli tezden üretilmiştir.*

Anahtar Kelimeler: *Halkla ilişkiler, itibar, itibar yönetimi, kurumsal itibar, otel işletmeciliği.*

Public relations and reputation management in hotel management

Abstract

Public relations and reputation management are among the most important activities of an institution. With the advancement of technology, the competition environment has broadened gradually and many institutions have emerged. In this competition environment, the institutions need to put forth their distinctness, improve themselves, sustain their existence and influence the target market they have selected. The aim of the institutions is to influence the target market and achieve preferability.

In order to achieve preferability in the competition environment, the institutions firstly need to ensure that their products and services are preferred by the target market. At this point, reputation management steps in as a value creating element of public relations. Reputation is concerned with how the institutions are perceived by the target market. The higher the reputation of the institution, the more trust people have for that institution and the institution puts forth its distinctness in the competition environment.

In this study, detailed in 3, 4, 5 star hotels in İzmit region perceive reputation management and which institutional reputation components are foregrounded; and the results have been presented in tables with commentaries.

This study aims to put forward the hotel personnel's point of view about reputation.

Keywords: *Public relations, reputation, reputation management, institutional reputation, hotel management.*

Giriş

Küreselleşme ile beraber toplumun sosyal, kültürel, ekonomik yapısında önemli değişiklikler meydana gelmiştir. Meydana gelen bu değişiklikler pazarda rekabetin ortaya çıkmasına neden olmuştur. İşletmelerin rekabet ortamında varlıklarını devam ettirebilmesi, ürettiği ürün ve hizmetlerini sunabilmesi için toplumun beklentilerini karşılayabilmesi ve çevresinin gözünde değer yaratacak sosyal sorumluluk, müşteri memnuniyetini sağlama gibi faaliyetlerde bulunması gerekmektedir.

Kurum itibarı, bir halkla ilişkiler çalışması olarak karşımıza çıkmaktadır. İtibar, rekabet ortamında farklılık yaratmada en etkili yöntemdir. Kurumların değerlerini yaratır ve bu değerlerinin devamlılığını sağlamaya çalışır. İtibar zor kazanılan ancak iyi yönetilmediğinde çabuk kaybedilen bir değerdir. Dolayısıyla kazanılan itibarın kaybedilmemesi için kurumsal itibar bileşenlerinin yani sosyal sorumluluk, finansal performans, müşteri memnuniyeti gibi bileşenleri etkin bir şekilde kullanılmaya çalışılmalıdır. İtibar, kurumun ekonomik ve sosyal faaliyetlerini etkilediğinden ötürü kurumun en önemli değeridir.

Halkla İlişkilerde İtibar Yönetimi

“İtibar yönetiminin dünyadaki öncülerinden olan Fomburn itibarın; nitelikli insanları, fon sağlayacak büyük yatırımcıları, kaliteli tedarikçileri şirkete çekmek, sadık müşteriler oluşturmak, kamu kurum ve kuruluşları ile ilişkilerin olması gereken düzeyde kurulmasını sağlamak için bir davetiye olduğunu belirtmektedir” (Karatepe, 2008). İtibar yönetiminin görevleri; rakiplerin paydaşlarına erişmek, kendi paydaşlarına erişmek, bilgiyi sadeleştirmek, tutarlı bilgi göndermek ve daha fazla bilgi göndermek gibi görevlere sahiptir. Kurumların, paydaşlarının özelliklerini dikkate alarak doğru ve tutarlı bilgi yaymaları gerekmektedir. Kurumların iletileceği bilgi ne kadar net olursa paydaşların anlamlandırması o kadar rahat olur (Gümüş ve Öksüz, 2009).

İtibar Tanımı

Birçok endüstride itibar önemlidir. İtibar, genellikle saygınlık, şöhretli anlamına gelmekte ve bir kurumun genel değerler dizisine dayanmaktadır. Kurumun güvenilir ve verilen değere layık olması gerekmektedir. Kurum itibarını etkileyen birçok faktör vardır. Müşteri memnuniyeti, ürün ve hizmetin kalitesi, çalışanların nitelikleri, toplumsal sorumluluk gibi etkenler göz önüne alınırsa kurum itibarı olumlu yönde oluşur (Geçikli, 2013).

Kurumların, rekabet ortamına uyum sağlamaları, piyasada var olup ve devamlılığını sürdürebilmeleri ve hedef kitesinin gözünde iyi bir izlenime sahip olması için itibar yönetimi gereklidir. İtibar kavramının ne olduğuna ilişkin birçok tanım vardır. Fomburn' a göre itibar, “kurumun tüm bileşenleriyle elde ettiği toplam değer”dir. İtibar kazanabilmek için eylemler ve söylemlerin birbirleri ile tutarlı olması gerekmektedir (Karatepe, 2008). İtibar kavramı kurumun, kamuoyu tarafından nasıl algılandığı diğer bir ifadeyle kendisine biçilen, verilen değerdir (Engür, 2012). İtibar, sadece herhangi bir şeyi tasarlamak ya da üretmekle ilgili bir kavram değildir. İtibar, gerçeklik ile algılama arasında meydana gelen boşluğun doldurulması ile ilgilidir. Yani insanların düşünce ve beklentileri ile mevcut durum arasında bir bağ kurmaktır. Bu tanıma göre itibar aslında paydaşların algı değerini oluşturup yönlendirmeyi de içermektedir (İnce, 2011).

Kurumsal İtibar

Kurumsal itibar, örgütün görünen tarafıyla ilgili paydaşların izlenimlerini ifade etmektedir. Bir başka ifade ile kurumsal itibar, örgütün sosyal paydaşların, medyanın ve halk tarafından nasıl algılandığıdır (Karaköse, 2012). Piyasada rekabetin yoğun olmasından ötürü kurumsal itibarın başarılı bir şekilde yönetilmesi gerekmektedir. İtibar ne kadar olumlu olursa müşteriye elde tutmak ve yeni müşteriler kazanmak da o kadar kolay olur.

Amerikan Heritage Sözlüğüne göre kurumsal itibarı, “hedef kitlenin kurum hakkındaki toplam fikirleri” olarak tanımlamaktadır. Kurumsal itibar; müşterilerin, yatırımcıların, çalışanların ve

kamuoyunun kısaca paydaşların kurum hakkındaki olumlu veya olumsuz düşüncelerini, tutumlarını, algılarını, zayıf veya güçlü gibi duygusal tepkilerini ifade etmektedir (Sabuncuoğlu, 2010). Bu durumda hedef kitlenin kuruma olan bakış açısı kurumsal itibarı doğrudan etkilemektedir. Kurumsal itibar olumlu ise kurum güven ve değer kazanmaktadır. Kurumsal itibarda önemli olan paydaşlar tarafından nasıl algılandığıdır. Olumlu bir algı var ise müşterilerin zihninde firma ile ilgili izlenimler pozitifdir ve firmaya bağlılık artar.

Kurumsal İtibarın Bileşenleri

Kurumsal itibarın oluşturulmasındaki önemli olan unsurlardan biri etik değeri ise sosyal sorumluluk olduğunu belirten Alsop, bu iki paydaşın kurumsal itibarın oluşumu için tek başına yeterli olmayacağını belirtmektedir. Alsop'a göre kurumsal itibar, finansal performans, toplumsal çevre, mal ve hizmetlerin kalitesi, kurumsal liderlik, vizyon gibi bileşenlerden meydana gelmektedir. Charles Fomburn ve Cees Van Riel de kurumsal itibarın unsurlarını, "kurumsal çevre, finansal performans, ürün ve hizmetler, sosyal sorumluluk, vizyon ve liderlik, duygusal cazibe" olarak belirtmişlerdir (Akgöz, 2009).

Kurumsal Çevre

Kurumların geçmişte yapmış oldukları faaliyetler, paydaşların kuruma karşı gelecekteki düşünce ve davranışlarını etkilemektedir. Eğer bir kurumun geçmişte yapmış olduğu hatalı bir faaliyet varsa ve paydaşların gözünde olumsuz bir itibara sahip görülüyorsa, paydaşlar o kurumla iletişimini sürdürmez. Ama olumlu bir itibarları varsa da paydaşlar kurumla ilişkilerini devam ettirir ve kurumun yapmış olduğu tüm faaliyetleri de yakından takip ederek kurum hakkında bilgi toplamaya çalışır (Akgöz, 2009). Eğer kurumlar kendilerinden hizmet alanlarla karşılıklı memnuniyet içerisindeyse aralarındaki iletişim bağı güçlenir ve bu ilişki devam eder. Böylece kurumun itibarı da olumlu yönde etkilenir.

Finansal Performans

Finansal performans kavramı ile anlatılmak istenen bir örgütün kâr

edebilmesi ve yatırım yapma amacıyla risk alabilme ve rekabet edebilme yeteneğidir. Eğer bir işletmenin finansal performansı istediği ölçüde değilse bunun en önemli sebebi teknik ve fiziksel donanım yetersizliğidir. Bu alandaki eksikliklerini gideren kurumlar ekonomik yapısını güçlendirerek küresel piyasada diğerlerine oranla daha fazla itibara sahip olmakla birlikte başarılıdırlar. (Karaköse, 2012). Olumlu kurumsal itibar ile finansal performans arasında yakın ilişkiler bulunmaktadır. Finansal başarı, işletmenin genel performansının da iyi olduğunu göstermekte, kuruma ilişkin güven ve gücüde beraberinde getirmektedir. Finansal açıdan başarılı olan işletmeler toplumda olumlu itibara sahiptir (Sabuncuoğlu, 2010). Bir kurum finansal açıdan güçlü ise istediği algıyı kamuoyunda yaratması daha kolay gerçekleşir. Paydaşlar kurumun kamuoyunda bıraktığı izlenimlerden etkilenmektedir. Böyle güçlü itibara sahip ve güven kazanmış kurumları tercih etmektedirler.

Ürün ve Hizmetler

Bir kurumun müşteri portföyüne sunmuş olduğu imaj bileşenlerini ürün ve hizmetler oluşturur. Ürün ve hizmetler ise kaliteyi oluşturmaktadır. Kalite ve kurum itibarı arasında karşılıklı bir etkileşim söz konusudur. Kalitenin devamlılığı itibarın korunması açısından gereklidir (Engür, 2012). Bu durum müşteri veya hedef kitle için markaya veya kuruma bakış açısını etkilemektedir. İtibarın korunması açısından ürünün kaliteli olması ve hizmet karşısında müşterinin memnuniyeti önem taşımaktadır.

Rekabet koşullarının yaygınlaşmasından dolayı kurumlar ürün ve hizmetlerinin kalitesini daha da artırmaktadır. Schukies, kalite anlayışını beşe ayırmaktadır. Bunlar: amaçlanan kalite, kanıtlanmış yerleşmiş kalite, kabul edilen kalite, yakıştırılan kalite, yaşanmış kalitedir (Karatepe, 2008). Kalitenin, kurumlar için değeri, hem kendi itibarını oluşturmak hem de oluşturdukları bu itibarı kaybetmemek için önemlidir. Dolayısıyla kurum, sahip olduğu itibarı kaybetmemek için ürün ve hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyetine önem vermektedir.

Sosyal Sorumluluk

İşletmelerin sosyal sorumluluk performansları ile itibar değerleri arasında yakın ilişki vardır. Kurumsal itibarın oluşması için işletmenin paydaşlarının toplumsal sorunlara karşı duyarlı olması, toplumsal fayda beklentisini karşılayabilmesi, yönetici ve çalışanlarıyla gönüllü faaliyetlere katılması, kısaca sosyal sorumluluğa sahip bir işletme olması gerekmektedir (Sabuncuoğlu, 2010). Küreselleşmeyle beraber rekabetin artmasından dolayı kurumlar, paydaşların zihninde olumlu bir itibara sahip olmak ve güçlü itibara sahipse de bunu devam ettirmek için paydaşların beklentilerine göre, toplumsal, kültürel açıdan bir takım projeler, kampanyalar, planlamalar yapmaktadır. Ancak önemli olan, kurumların hazırladıkları bu projelerde kâr amacı gütmeyerek toplumsal açıdan faydalı olmak için yapmalarındır. Sadece kâr amacı güderek faaliyet gösteren kurumlar, artık kamuoyunda kabul görmemekte, dolayısıyla kurumlarda sosyal sorumluluk taşıyan faaliyetlere ağırlık vererek rakiplerinden sıyrılmaya çalışarak, iyi bir itibar ile hedef kitle gruplarına ulaşmaya çalışmaktadırlar (Engür, 2012). Sosyal sorumluluk projelerine önem veren kurumlar güven kazanmaya daha yatkın konuma gelmektedir.

Görüldüğü üzere, kurumlar güven tazelemek, rekabet ortamında farkını ortaya koymak gibi sebeplerle sosyal sorumluluğa önem vermektedir. Sosyal sorumluluk bilincine sahip olan kurumlar için kâr değil toplumun istek ve beklentileri önemlidir.

Vizyon ve Liderlik

Vizyon bir yöneticilik kavramı olarak görülmektedir. Vizyon, mevcut durumdaki gerçekler ile gelecekteki beklentileri birleştirerek, kurum için arzu edilen bir gelecek imajı yaratmaya çalışmaktır. Yani vizyon, “işletme ile ilgili olarak hayal edilen gelecektir” (Karatepe, 2008). Kurumların belirli bir vizyona sahip olmaları, kurumun itibarını oluştururken planlı ve programlı hareket etmesini sağlar. Kurum sahip olduğu vizyon ile insanların duygu, düşünce ve davranışlarını olumlu yönde etkileyebilmelidir. Her zaman yeniliklere açık olmalı ve ilkelerine uygun hareket etmelidir.

Liderler, kurum ile kamuoyunu bir araya getirmede aracı rolünü üstlenerek kurum felsefesini, misyonunu ve vizyonunu yansıtmaya görevini yürütmektedir (Peltekoğlu, 2009). Donanımlı, iyi bir liderin vizyona sahip olması onun mevcut avantajları fark ederek değerlendirmesini sağlayacaktır.

Duygusal Cazibe

Kurum hakkında iyi duygulara sahip olmak, kuruma saygı göstermek ve büyük anlaşmalar olduğunda kuruma güvenmek itibarı oluşturan duygusal cazibelerdir (Akgöz, 2009). Bu durumda duygusal cazibe aslında saygınlık ve güveni ifade etmektedir. Eğer müşteriler kuruma güveniyorsa, değerlerini benimsiyor ise o markaya bağlılığı, güveni ve saygısı da artar.

Kurumlar kendilerine karşı duygusal çekicilik yaratabilecek faaliyetlere önem vermektedir. Halkla ilişkileri ve devamında müşteri ilişkileri yönetimi gibi kavramların ortaya çıkmasında duygusal çekicilik etkili olmuştur. Duygusal çekicilik yaratmada önemli olan bir diğer unsur CRM (Customer Relationship Management) sistemidir. CRM sistemi adı verilen hediye, puan, elemanların müşteriye yaklaşım kriterlerini belirleyerek uygun müşteriye seçerek uygun ürünün o müşteriye verilmesi sürecini içermektedir (Engür, 2012). Müşteriye yönelik yapılan bu tür kampanyalar müşterinin ilgisini çekmektedir. Ve aradığı, istediği ürüne her an ulaşabilirse ve ihtiyacı karşılanırsa duygusal olarak yakınlık hissedip bu kurum ve markaya karşı olumlu düşünceler geliştirmektedir.

İtibar yönetiminin otel işletmelerindeki yerini ölçmeye yönelik araştırma

Araştırmacının Amacı

İtibara yönelik çalışmalar özellikle rekabet ortamının yaygınlaşması hız kazanmıştır. İtibar, kurumların rekabet ortamında farklılaşmak ve ön planda olmaya yönelik çabaları olarak ortaya çıkmakta ve uygulanmaktadır. Kurumların, kendi itibarını oluşturmak ve oluşturdukları bu itibarı kaybetmemek için kurumsal çevre, ürün

ve hizmet kalitesi, duygusal cazibe, vizyon ve liderlik, müşteri memnuniyeti, finansal performans ve sosyal sorumluluk gibi kurumsal itibar bileşenlerini göz önünde bulundurması gerekmektedir. Bu noktadan hareketle itibara yönelik bakış açısında hangi unsurların dikkate alındığını, otel çalışanlarının itibar yönetimini nasıl algıladığını ortaya koymak çalışmamızın amacını oluşturmaktadır.

Evren ve Örneklem

Kocaeli ilinin merkez ilçesi olan İzmit'te bulunan 3, 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri çalışma evreni olarak seçilmiştir. Çalışmanın örnekleme ise tesadüfi olmayan 84 kişidir.

Araştırmanın Yöntemi

Çalışmamızda otel işletmeleri, halkla ilişkiler ve itibar yönetimi ile ilgili yerli ve yabancı kaynaklar gözden geçirilerek ayrıntılı bir literatür taraması yapılmıştır. Araştırmadaki veriler anket tekniği ile toplanmıştır. Anket soruları otellerin genel müdürleri de dâhil olmak üzere otel idari kadrosu içerisindeki tüm çalışanlara uygun hazırlanmıştır. Çünkü itibar yönetiminin uygulayıcıları idari departman olduğu için bu grup tezin hedef kitlesi olarak seçilmiştir. 41 sorudan oluşan anketimiz İzmit ilçesinde yer alan 3,4,5 yıldızlı otelin idari kadrosunda çalışan 84 kişi ile yüz yüze görüşülerek gerçekleştirilmiştir. Ancak bazı sorulara eksik yanıt verilmesinden ötürü bu kişi sayısı değişiklik göstermektedir. Likert tipi ölçek kullanılmıştır. Geri dönüşümü sağlanan anket formu adedi 84'dir.

Kullanılan Analiz Yöntemleri

Çalışmada itibar yönetimi algısına etki eden konuları ortaya koymak adına tasarlanan anket çalışmasındaki ifadeler Likert tipi ölçekler kullanılarak tasarlanmıştır. Anket çalışmasında sosyo- demografik özelliklere, diğer özelliklere ve çalışanların görev yaptıkları otel işletmesi ile ilgili ifadeler bulunmaktadır.

Verilerin analizi konusunda; Tanımlayıcı istatistikler frekans, yüzde, ortalama, standart sapma değerleri ile sunulmuştur. Çalışmadaki soru gruplarının faktör yapısını tespit etmek amacı ile "Açımlayıcı

Faktör Analizi” uygulaması yapılmıştır. Boyutların iç tutarlılığının test edilmesi amacı ile “Co. Alpha” analizi kullanılmıştır. Elde edilen boyutlardaki iki grubun ölçüm değerleri arasındaki farkın analizinde “t” testi kullanılmıştır. Üç evre grubun karşılaştırılmasında “Varyans analizi” (Anova testi) ve ikili karşılaştırmalar (post. hoc.) için Sidak testi kullanılmıştır. Boyutlar arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amacı ile korelasyon analizi, ilişkinin çoklu olarak modellenmesi amacı ile regresyon analizi uygulanmıştır. Çalışmada 0,05’den küçük p değerleri istatistiksel olarak anlamlı kabul edilmiştir. Analizler SPSS 22.0 paket programı ile yapılmıştır. Anket çalışmasında itibar yönetimi algısı ile ilgili 41 adet ifadenin güvenilirliğinin test edilmesi amacı ile Co. Alpha analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda Co. Alpha katsayısı 0,97 olarak tespit edilmiştir. Faktör analizi sonucunda 3 adet alt boyut tespit edilmiştir. Bu alt boyutlar prestij, finansal performans ve sosyal sorumluluk boyutu olarak adlandırılmıştır. Faktör analizinde hesaplanan KMO örneklem yeterlilik katsayısı 0,81 olarak tespit edilmiştir. Bu katsayı yapılan 84 adet anketin faktör yapısını orta koymak için yeterli sayıda olduğunun göstergesidir. Ayrıca faktör yapılarının anlamlılığının test edildiği Bartlet testi sonucuna göre ($p=0,01, p<0,05$) elde edilen boyutlar yapısal olarak anlamlıdır.

Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirilmesi

Otelin ve katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin frekans dağılımları

Katılımcıların demografik özelliklerine baktığımızda: Çalışmaya katılan bireylerin %44’ü kadın ve %56’sı erkek bireylerdir. Katılımcıların % 20,2’si 28-24 yaş, % 39,3’ü 25-34 yaş, % 23,8’ü 35-44 yaş, %10,7’si 45-55 yaş ve % 6,0’sı 55 yaş ve üstünde oldukları tespit edilmiştir. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde %7,1’i orta öğretim, % 25,0’i ön lisans, % 64,3’ü lisans ve % 3,6’sı ise lisansüstü eğitime sahip oldukları tespit edilmiştir. Katılımcıların % 10,8’i iletişim, % 10,8’i işletme, %37,3’ü turizm, % 13,3’ü pazarlama ve % 27,7’si ise diğer (teknik lise, bilgisayar programcısı, işletme, matematik) bölümlerden mezun olmuştur. Katılımcıların % 13,4’ü insan kaynakları, % 14,6’sı halkla ilişkiler, %47,6’sı satış

ve pazarlama bölümlerinde ve % 24,4'ü ise diğer (muhasabe, bilgi işlem, ön büro ve yöneticiler) bölümlerde çalışmaktadırlar. Özetle; çalışmaya katılan yanıtlayıcıların çoğunluğu erkek bireylerden, 25-34 yaş grubu arasında bireylerden, turizm bölümü mezunlarından ve otelin satış-pazarlama bölümünde çalışan bireylerden oluşmaktadır.

Demografik ve otel özelliklerine baktığımızda: Katılımcıların %27,4'ü 1 yıldan az %38,1'i 1-2 yıl arası, % 26,2'si 3-5 yıl arası% 1,2'i 6-9 yıl arası ve % 7,1'si 10 yıl ve üzeri süredir otelde çalıştıklarını bildirmişlerdir. Katılımcıların mesleki kıdemleri incelendiği zaman %2,4'ü 1 yıldan az, % 10,7'si 1-2 yıl, % 31,0'i 3-5 yıl, % 14,3'ü 6-9 yıl ve % 41,7'si 10 yıl üzeri sürelerde mesleki kıdeme sahip oldukları tespit edilmiştir. Katılımcıların görev yaptığı otellerin % 73,2'si 5 yıldan az süredir ve % 26,8'i 5 yıldan fazla süredir hizmet vermekte olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların görev yaptığı otellerin özelliklerine baktığımızda: Katılımcıların görev yaptığı otellerin %30,5'i 3 yıldız, % 14,6'sı 4 yıldız, % 54,9'u 5 yıldız sahibi oteller olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların görev yaptığı otellerin % 98,8'u yerli sermaye ve %1,2'si yabancı sermaye otelleri oldukları tespit edilmiştir. Katılımcıların görev yaptığı otellerin% 98,8'i ulusal otel ve % 1,2'si uluslararası zincir otel statüsünde oldukları tespit edilmiştir. Katılımcıların görev yaptığı otellerin tamamının şehir oteli olduğu görülmüştür. Katılımcıların görev yaptığı otellerin % 64,2'sinde halkla ilişkiler birimi varken % 35,8'inde halkla ilişkiler birimi bulunmamaktadır.

Katılımcıların ve otelin özelliklerinin itibar yönetimi üzerindeki etkisinin araştırılması

Cinsiyet

Katılımcıların cinsiyetlerinin itibar yönetimi algısı üzerinde etkili olup olmadığının tespit edilebilmesi amacı t testi analizi uygulaması yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara, boyutlara aşağıda yer verilmektedir.

Tablo 1:Cinsiyet ve Boyutlar

Boyutlar	Cinsiyet	N	Ortalama	S.sapma	T	P
Prestij	Kadın	37	1,63	0,77	-2,04	0,04
	Erkek	47	1,96	0,71		
Finansal performans	Kadın	37	1,70	0,87	-1,87	0,06
	Erkek	47	2,05	0,84		
Sosyal Sorumluluk	Kadın	37	1,67	0,81	-1,52	0,13
	Erkek	47	1,94	0,76		

Sonuçlara göre prestij boyutunda kadın ve erkek bireylerin ortalama puanlarının farklı olduğu tespit edilmiştir ($t_p = -2,04, p < 0,05$). Finansal performans ve sosyal sorumluluk boyutlarında ise katılımcıların cinsiyetlerinin ortalama boyut puanları üzerinde etkili olmadığı tespit edilmiştir ($t_f = -1,87$ i $t_{ss} = -1,52, p > 0,05$).

Yaş ve Boyutlar

Katılımcıların yaşları itibar yönetimi algısı üzerinde etkili olup olmadığının tespit edilebilmesi amacı varyans analizi (Anova) uygulaması yapılmıştır. Fark tespit edilen boyutlardaki farklılıkların kaynağının tespiti için Sidak ikili karşılaştırma yöntemi kullanılmıştır.

Tablo 2: Yaş ve boyutlar

Boyutlar	Yaş	N	Ortalama	S.sapma	F	p	Fark
Prestij	18-24 yaş (1)	17	1,64	0,62	3,22	0,04	4>3,2,1
	25-34 yaş (2)	33	1,71	0,49			
	35-44 yaş (3)	20	1,99	1,09			
	45 yaş üstü (4)	14	2,31	0,85			
Finansal performans	18-24 yaş (1)	17	1,56	0,68	3,55	0,04	4>3,2,1
	25-34 yaş (2)	33	1,98	0,64			
	35-44 yaş (3)	20	1,90	1,18			
	45 yaş üstü (4)	14	2,39	1,02			
Sosyal Sorumluluk	18-24 yaş (1)	17	1,78	0,83	3,86	0,03	4>3,2,1
	25-34 yaş (2)	33	1,81	0,58			
	35-44 yaş (3)	20	1,76	0,93			
	45 yaş üstü (4)	14	2,40	1,04			

*45-55 ve 55 üzeri yaş grupları birleştirilmiştir.

Analizi sonuçlarına göre Prestij, Finansal performans ve sosyal sorumluluk boyutlarında çalışanların yaşlarının ortalama boyut puanları üzerinde istatistiksel olarak etkili olduğu gözlemlenmiştir ($F_p=3,22$, $F_f=3,55$, $F_{ss}=3,86$, $p<0,05$). Farkın tespiti için uygulanan Sidak testi sonucunda prestij, finansal performans ve sosyal sorumluluk boyutlarında 45 yaş ve üzerinde olan çalışanların ortalama boyut puanlarının 18-44 yaş arasındaki yaş gruplarına göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$).

Faaliyet Yılı ve Boyutlar

Katılımcıların görev yaptığı otellerin faaliyet yıllarının itibar yönetimi algısı üzerinde etkili olup olmadığının tespit edilebilmesi amacı t testi analizi uygulaması yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar boyutlar göre aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Tablo 3: Faaliyet yılı ve boyutlar

Boyutlar	Faaliyet yılı	N	Ortalama	S.sapma	T	P
Prestij	5 yıldan az	62	1,78	0,71	0,42	0,52
	5 yıldan çok	22	1,90	0,87		
Finansal performans	5 yıldan az	62	1,88	0,80	0,12	0,73
	5 yıldan çok	22	1,95	1,03		
Sosyal Sorumluluk	5 yıldan az	62	1,79	0,75	0,27	0,61
	5 yıldan çok	22	1,90	0,93		

Prestij, finansal performans ve sosyal sorumluluk boyutlarında otellerin faaliyet yıllarının katılımcıların ortalama boyut puanları üzerinde etkili olmadığı tespit edilmiştir ($t_p=0,42$, $t_f=0,12$, $t_{ss}=0,27$, $p>0,05$). Prestij, finansal performans ve sosyal sorumluluk konularının itibar yönetimindeki etkileri konusunda faaliyet yılı 5 yıldan az ve 5 yıldan az çok otel çalışanlarının görüşlerinin benzer düzeylerde olduğu tespit edilmiştir. Otellerin faaliyet yıllarının itibar yönetimi algısı üzerinde etkili olmadığı tespit edilmiştir.

Departman ve Boyutlar

Katılımcıların görev yaptığı departmanların itibar yönetimi algısı üzerinde etkili olup olmadığının tespit edilebilmesi amacı varyans analizi (Anova) uygulaması yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar boyutlar göre aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Tablo 4: Departman ve boyutlar

Boyutlar	Departman	N	Ortalama	S.sapma	F	P
Prestij	İnsan Kaynakları	11	1,84	0,95	0,23	0,88
	Hakla İlişkiler	12	1,93	0,66		
	Satış-Pazarlama	20	1,72	0,75		
	Diğer	39	1,85	0,75		
Finansal performans	İnsan Kaynakları	11	1,86	1,12	0,37	0,78
	Hakla İlişkiler	12	2,13	0,74		
	Satış-Pazarlama	20	1,80	0,82		
	Diğer	39	1,88	0,85		
Sosyal Sorumluluk	İnsan Kaynakları	11	1,87	1,12	0,49	0,69
	Hakla İlişkiler	12	2,00	0,45		
	Satış-Pazarlama	20	1,67	0,73		
	Diğer	39	1,86	0,82		

Sonuçlara göre prestij, finansal performans ve sosyal sorumluluk boyutlarında çalışanların görev yaptığı bölümlerin ortalama boyut puanları üzerinde etkili olmadığı tespit edilmiştir ($F_p=0,23$, $F_f=0,37$, $F_{ss}=0,49$, $p>0,05$). Prestij, finansal performans ve sosyal sorumluluk konularının itibar yönetimindeki etkileri konusunda insan kaynakları, halkla ilişkiler, satış ve pazarlama, diğer (muhasabe, bilgi işlem, ön büro ve yöneticiler) bölümlerde çalışan bireylerin görüşlerinin benzer düzeylerde olduğu tespit edilmiştir. Çalışanların görev yaptığı bölümlerin itibar yönetimi algısı üzerinde etkili olmadığı tespit edilmiştir.

Mezun Olduğu Bölüm ve Boyutlar

Katılımcıların görev mezun oldukları bölümlerin itibar yönetimi algısı üzerinde etkili olup olmadığının tespit edilebilmesi amacı varyans analizi (Anova) uygulaması yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar boyutlar göre aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Tablo 5:Mezun olduğu bölüm ve boyutlar

Boyutlar	Mezun Olduğu Bölüm	N	Ortalama	S. sapma	F	P
Prestij	İletişim	9	1,53	0,34	0,59	0,67
	İktisat	9	1,60	0,49		
	Turizm	31	1,86	0,76		
	Pazarlama	11	1,78	0,38		
	Diğer	23	1,86	0,90		
Finansal performans	İletişim	9	2,06	0,73	0,24	0,91
	İktisat	9	1,83	0,83		
	Turizm	31	1,92	0,83		
	Pazarlama	11	1,77	0,56		
	Diğer	23	1,78	0,97		
Sosyal Sorumluluk	İletişim	9	1,61	0,54	0,41	0,80
	İktisat	9	1,90	0,82		
	Turizm	31	1,87	0,79		
	Pazarlama	11	1,63	0,38		
	Diğer	23	1,77	0,82		

Varyans analizi sonuçlarına göre; prestij, finansal performans ve sosyal sorumluluk boyutlarında çalışanların mezun oldukları bölümlerin ortalama boyut puanları üzerinde istatistiksel olarak etkili olmadığı tespit edilmiştir ($F_p=0,59$, $F_f=0,24$, $F_{ss}=0,41$, $p>0,05$). Prestij, finansal performans ve sosyal sorumluluk konularının itibar yönetimindeki etkileri konusunda iletişim, iktisat, turizm, pazarlama ve diğer (teknik lise, bilgisayar programcısı, işletme, matematik) bölümlerden mezun olan bireylerin görüşlerinin benzer düzeylerde olduğu tespit edilmiştir. Çalışanların mezuniyetlerinin itibar yönetimi algısı üzerinde etkili olmadığı tespit edilmiştir.

Oteldeki Çalışma Yılı ve Boyutlar

Katılımcıların çalıştıkları otel işletmesindeki kıdemlerinin itibar yönetimi algısı üzerinde etkili olup olmadığının tespit edilebilmesi amacı ile varyans analizi (Anova) uygulaması yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar boyutlara göre aşağıdaki tabloda verilmektedir. Fark

tespit edilen boyutlardaki farklılıkların kaynağının tespiti için Sidak ikili karşılaştırma yöntemi kullanılmıştır.

Tablo 6: Oteldeki çalışma yılı ve boyutlar

Boyutlar	Oteldeki Çalışma Yılı	N	Ortalama	S.sapma	F	P	Fark
Prestij	1 yıldan az (1)	23	1,71	0,64	5,26	0,01	4>3,2,1
	1-2 yıl (2)	32	1,77	0,71			
	3-5 yıl (3)	22	1,90	0,84			
	6 yıl ve üzeri *(4)	7	2,13	0,44			
Finansal performans	1 yıldan az (1)	23	1,70	0,67	6,42	0,01	4>3,2,1
	1-2 yıl (2)	32	1,74	0,82			
	3-5 yıl (3)	22	2,07	0,86			
	6 yıl ve üzeri* (4)	7	2,50	0,48			
Sosyal Sorumluluk	1 yıldan az (1)	23	1,82	0,77	8,43	0,01	4>3,2,1
	1-2 yıl (2)	32	1,71	0,70			
	3-5 yıl (3)	22	1,86	0,85			
	6 yıl ve üzeri* (4)	7	2,33	0,77			

*6-9 yıl ve 10 yıl üzeri grup birleştirilmiştir.

Varyans analizi sonuçlarına göre prestij, finansal performans ve sosyal sorumluluk boyutlarında çalışanların görev yaptıkları otel işletmelerindeki kıdem yıllarının ortalama boyut puanları üzerinde istatistiksel olarak farklı olduğu gözlemlenmiştir ($F_p=5,26$, $F_f=6,42$, $F_{ss}=8,43$, $p<0,05$). Farkın tespiti için uygulanan Sidak testi sonucunda prestij, finansal performans ve sosyal sorumluluk boyutlarında 6 yıl ve üzerinde iş yeri kıdemine sahip olan çalışanların ortalama boyut puanlarının 5 yıl ve altında kıdeme sahip olan çalışanlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$).

Yıldız Sayısı ve Boyutlar

Katılımcıların çalıştıkları otel işletmesinin yıldız sayılarının itibar yönetimi algısı üzerinde etkili olup olmadığının tespit edilebilmesi amacı varyans analizi (Anova) uygulaması yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar boyutlar göre aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Tablo 7: Yıldız sayısı ve boyutlar

Boyutlar	Yıldız	N	Ortalama	S.sapma	F	p
Prestij	3 Yıldız	25	2,05	0,86	2,63	0,08
	4 Yıldız	12	1,97	0,70		
	5 Yıldız	45	1,65	0,68		
Finansal performans	3 Yıldız	25	1,92	1,04	0,60	0,55
	4 Yıldız	12	2,13	0,98		
	5 Yıldız	45	1,82	0,72		
Sosyal Sorumluluk	3 Yıldız	25	2,03	0,93	1,79	0,17
	4 Yıldız	12	1,95	0,79		
	5 Yıldız	45	1,68	0,69		

Sonuçlara göre prestij, finansal performans ve sosyal sorumluluk boyutlarında çalışanların görev yaptığı otel işletmesinin yıldız sayılarının ortalama boyut puanları üzerinde etkili olmadığı tespit edilmiştir ($F_p=2,63$, $F_f=0,60$, $F_{ss}=1,79$, $p>0,05$).

Halkla İlişkiler Birimi Olması ve Boyutlar

Katılımcıların görev yaptığı otellerde halkla ilişkiler birimi olması durumunun itibar yönetimi algısı üzerinde etkili olup olmadığının tespit edilebilmesi amacı t testi analizi uygulaması yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar boyutlar göre aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Tablo 8: Halkla ilişkiler birimi olması ve boyutlar

Boyutlar	Otelde Halkla İlişkiler birimi	N	Ortalama	S.sapma	T	P
Prestij	Var	52	1,99	0,86	2,20	0,03
	Yok	29	1,56	0,48		
Finansal performans	Var	52	1,92	0,94	0,80	0,43
	Yok	29	1,84	0,61		
Sosyal Sorumluluk	Var	52	1,84	0,88	0,44	0,66
	Yok	29	1,76	0,62		

Sonuçlara göre prestij yapı boyutunda katılımcıların görev yaptığı otellerde halkla ilişkiler birimi olması durumunun ortalama boyut puanları üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir ($t_p= 2,20, p<0,05$). Finansal performans ve sosyal sorumluluk boyutlarında ise otellerde halkla ilişkiler birimi olması durumunun katılımcıların ortalama boyut puanları üzerinde etkili olmadığı tespit edilmiştir ($t_f=0,8, t_{ss}=0,44, p>0,05$).

Mesleki Kıdem ve Boyutlar

Katılımcıların çalıştıkları mesleki kıdemlerinin itibar yönetimi algısı üzerinde etkili olup olmadığının tespit edilebilmesi amacı ile varyans analizi (Anova) uygulaması yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar boyutlara göre aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Tablo 9: Mesleki kıdem ve boyutlar

Boyutlar	Mesleki Kıdem	N	Ortalama	S.sapma	F
Prestij	0-2 yıl	11	1,65	0,33	1,70
	3-5 yıl	26	1,61	0,58	
	6-9 yıl	12	1,77	0,51	
	10 yıl ve üzeri	35	1,97	0,96	
Finansal yapı	0-2 yıl	11	1,83	0,56	0,53
	3-5 yıl	26	1,73	0,68	
	6-9 yıl	12	1,88	0,93	
	10 yıl ve üzeri	35	2,03	1,04	
Sosyal Sorumluluk	0-2 yıl	11	1,68	0,54	0,84
	3-5 yıl	26	1,66	0,67	
	6-9 yıl	12	1,94	0,82	
	10 yıl ve üzeri	35	1,90	0,92	

*0-1 yıl ve 1-2 yıl gruplar birleştirilmiştir.

Sonuçlara göre Prestij, finansal performans ve sosyal sorumluluk boyutlarında mesleki kıdemlerinin ortalama boyut puanları üzerinde etkili olmadığı tespit edilmiştir ($F_p=1,70$, $F_f=0,53$, $F_{ss}=0,84$, $p>0,05$). Prestij, finansal performans ve sosyal sorumluluk konularının itibar yönetimindeki etkileri konusunda 0-2 yıl, 3-5 yıl- 6-9 yıl ve 10 yıldan fazla sürelerde mesleki kıdeme sahip bireylerin görüşlerinin benzer düzeylerde olduğu tespit edilmiştir. Çalışanların mesleki kıdem düzeylerinin itibar yönetimi algısı üzerinde etkili olmadığı tespit edilmiştir.

Boyutlar Arasındaki İlişkinin Tespit Edilmesi

İtibar yönetimi alt boyutlarının kendi aralarındaki ilişki durumunun tespit edilmesi amaçlanmıştır. Boyutların kendi aralarındaki ilişkilerinin tespit edilmesi istenmiştir. Yapılan korelasyon analizi

sonucunda elde edilen korelasyon kat sayıları (r) ve önem dereceleri (p) bir matris şeklinde aşağıdaki gibi sunulmuştur.

Tablo 10: Korelasyon matrisi

Boyutlar		Prestij Boyutu	Finansal yapı	Sosyal Sorumluluk
Prestij Boyutu	R	1	,782**	,802**
	P		,000	,000
	N	84	84	84
Finansal performans	R	,782**	1	,722**
	P	,000		,000
	N	84	84	84
Sosyal Sorumluluk	R	,802**	,722**	1
	P	,000	,000	
	N	84	84	84

****0,01 Düzeyinde Anlamli İlişki Var**

Elde edilen sonuçlara göre prestij boyutu ile finansal performans boyutu arasında güçlü, pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r=0,782$, $p<0,01$). Prestij boyutu ile sosyal sorumluluk boyutu arasında güçlü, pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r=0,802$, $p<0,01$). Finansal performans ile sosyal sorumluluk boyutu arasında güçlü, pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r=0,722$, $p<0,01$).

İlişkilerin Modellenmesi

Regresyon modelinde modelin anlamlı olup olmadığının belirmesi amacı ile 3 tane temel analizin sonucunda gerekli sonuçların elde edilmesi gerekir. Bunlar sırası ile R kare değeri, modelin anlamlılığı ve katsayıların anlamlılığı olarak sıralanabilir. Bu 3 temel konudan biri bile istenen normlara uygun değilse regresyon modelinden bahsetmek mümkün değildir. Elde edilen matematiksel modeller tabloda özet olarak verilmektedir.

Tablo 11: Boyutlar arasındaki ilişkilerin modellenmesi.

Bağımlı Değişkenler (Y)	Model Testi			Bağımsız Değişken Katsayıları (β)		
	R ²	Model F	Katsayı t	Prestij Boyutu	Finansal yapısı	Sosyal Sorumluluk
Prestij Boyutu	0,72	Anlamlı	Anlamlı	-	0,49	0,42
Finansal performans	0,63	Anlamlı	Anlamlı	0,56		0,26
Sosyal Sorumluluk	0,66	Anlamlı	Anlamlı	0,61	0,24	

Elde edilen ilk modele göre prestij boyutu, finansal performans ve sosyal sorumluluk boyutları arasında modellenebilir ve anlamlı bir ilişki vardır. Finansal performans ve sosyal sorumluluk boyutları prestij boyutundaki değişimleri %72 (R²) düzeyinde açıklamaktadır. Bu oranın yüksek olduğu görülmektedir. Kurulan matematiksel modelin anlamlı olduğu tespit edilmiştir (F=102,35, p<0,05). Modeldeki bağımsız değişken katsayıları olan finansal performans ve sosyal sorumluluk boyutları kat sayılarının da anlamlı olduğu görülmektedir (t_f=5,23, t_{ss}=5,04,p<0,05). İkinci modele göre finansal performans, prestij boyutu ve sosyal sorumluluk boyutları arasında modellenebilir ve anlamlı bir ilişki vardır. Prestij boyutu ve sosyal sorumluluk boyutları prestij boyutundaki değişimleri %63 (R²) düzeyinde açıklamaktadır. Bu oranın yüksek olduğu görülmektedir. Kurulan matematiksel modelin anlamlı olduğu tespit edilmiştir (F=77,45, p<0,05). Modeldeki bağımsız değişken katsayıları olan prestij boyutu ve sosyal sorumluluk boyutları kat sayılarının da anlamlı olduğu görülmektedir (t_p=4,88, t_{ss}=3,04,p<0,05). Üçüncü modele göre sosyal sorumluluk boyutu prestij boyutu ve finansal performans boyutları arasında modellenebilir ve anlamlı bir ilişki vardır. Finansal performans ve prestij boyutu boyutları prestij boyutundaki değişimleri %66 (R²) düzeyinde açıklamaktadır. Bu oranın yüksek olduğu görülmektedir. Kurulan matematiksel modelin anlamlı olduğu tespit edilmiştir (F=89,29, p<0,05). Modeldeki bağımsız değişken katsayıları olan finansal performans ve prestij boyutu boyutları kat sayılarının da anlamlı olduğu görülmektedir (t_p=4,22, t_f=3,59,p<0,05).

Sonuç

Halkla ilişkiler kurum ve hedef kitlesi arasında doğru ve güvenilir ilişkiler kurarak bu ilişkileri geliştirmeye çalışan ve kamuoyunda olumlu bir imaj yaratmaya çalışan bir yönetim biçimidir. Bu noktada kurumlara değer yaratan bir halkla ilişkiler aracı olarak itibar yönetimi ortaya çıkmaktadır. İtibar yönetimi, kurumun hedef kitlesi tarafından nasıl algılandığını göstermektedir. İtibarın otel işletmelerine sağladığı faydalar arasında; müşteri memnuniyeti sağlama, ürün ve hizmet kalitesini artırma, nitelikli çalışanları kuruma çekme, vizyon kazandırma gibi bileşenler yer almaktadır.

İzmit bölgesindeki otel işletmelerinin idari kadrolarında çalışanların itibar yönetimine bakış açısını belirlemek amacıyla yapılan araştırma sonucunda, otellerin idari kadrolarında çalışanların itibara yönelik ifadelerine vermiş oldukları yanıtlar itibarın önemli olduğu yönündedir. Ancak demografik özellikler ve otel özelliklerine göre kurumsal itibar bileşenlerine bakış, farklılık göstermektedir. Katılımcıların cinsiyete göre itibar yönetimine algı düzeyleri prestije göre farklılık göstermektedir. Erkek katılımcılar kadın katılımcılara göre itibar yönetimi açısından otel prestijinin daha önemli olduğunu düşünmektedir. Katılımcıların yaşlarına göre itibar yönetimi; prestij, sosyal sorumluluk ve finansal performans açısından 45 yaş üstü katılımcılar daha önemli bulunmuştur. Çalışanların görev aldıkları departmanın itibar yönetimi algısı üzerinde prestij, sosyal sorumluluk ve finansal performans boyutlarının etkili olmadığı ortaya çıkmıştır. Katılımcıların çalıştıkları otelin faaliyet yılına göre itibar yönetimine yönelik algılarında prestij, sosyal sorumluluk ve finansal performans boyutlarının etkili olmadığı ortaya çıkmıştır. Katılımcıların çalıştıkları otelin yıldız sayısına göre itibar yönetimi prestij, sosyal sorumluluk ve finansal performans boyutları açısından farklılık göstermemiştir. Katılımcıların çalıştıkları oteldeki kıdem yıllarına göre itibar yönetimi prestij, sosyal sorumluluk ve finansal performans boyutlarında 6 yıl ve üzerinde iş yeri kıdemine sahip olan çalışanların görüşleri farklılık göstermiştir. Katılımcıların mesleki kıdemlerine göre itibar yönetimi algı düzeyleri prestij, sosyal sorumluluk ve finansal performans boyutları açısından farklılık

göstermemiştir. Katılımcıların çalıştıkları otelin halkla ilişkiler birimi olma durumuna göre itibar yönetimi algı düzeyleri prestij açısından önemli görülmektedir. Sonuç olarak; prestij ile finansal performans arasında doğru orantı vardır. Prestij ne kadar güçlüyse finansal yapı da o ölçüde güçlüdür. Prestiji ayrıca sosyal sorumluluk da etkilemektedir. İki boyut arasında doğru orantı bulunmaktadır. Finansal performans ile sosyal sorumluluk arasında pozitif yönlü ilişki vardır. Finansal performans arttıkça sosyal sorumluluğa verilen değer artmaktadır. Finansal performansla sosyal sorumluluk prestiji etkilemektedir. Kısaca kurumsal itibarı en çok etkileyen faktör finansal performans boyutudur. Sosyal sorumluluğu en çok etkileyen ise itibardır.

Kaynaklar

- [1] Akgöz, E. (2009). *Turizm İşletmelerinde Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin İtibar Yönetimine Etkileri: Örnek Bir Uygulama*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 44-47.
- [2] Engür, Ç. (2012). “ *Halkla İlişkiler ve İtibar Yönetimi*”, Ed. Işık, M., *Halkla İlişkilere Giriş*, Konya: Eğitim Yayınevi, 144-154.
- [3] Geçikli, F. (2013). *Halkla İlişkiler ve İletişim*, (3. Basım), İstanbul: Beta Basım, 136.
- [4] Gümüş, M., Öksüz, B. (2009). *Turizm İşletmelerinde Kurumsal İtibar Yönetimi*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 47.
- [5] İnce, Z. (2011). *Kamu Kurumlarında İtibar Yönetimi: Sağlık Bakanlığı Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi), İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya, 19.
- [6] Karaköse, T. (2012). *Kurumların DNA'sı İtibar ve Yönetimi*, (2. Basım), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 29-39.
- [7] Karatepe, S. (2008). “*Halkla İlişkilerde Güven Yaratma*” *Reputation Manegement: Confidence Creation In Public Relations*, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, (7):23, 84-94.
- [8] Peltekoğlu Balta, F. (2009). *Halkla İlişkiler Nedir*, (6. Baskı), İstanbul: Beta Yayın, 574.
- [9] Sabuncuoğlu, Z. (2010). *İşletmelerde Halkla İlişkiler*, (10. Baskı), Bursa: Alfa Aktüel Yayınları, 93-101.

Determining the main components of mobile commerce related to customers' demographical properties

Kemal DEMİR¹
Tuğba ALTINTAŞ²

Abstract

The commerce changed in time according to the technological advances. Now we reached mobile age, and we can do every kind of things with our pocket size computer like mobile devices. The variety of products and sellers creates huge and complex shopping environment for the consumers. In such market pushed to the sellers understand their consumer's wants closely and guide them to suitable products and services.

Mobile commerce is a new and effective channel for reaching to the consumers and create new connections by their mobile devices. The advantages of electronic commerce moved on a new stage by mobile commerce. This new stage has way to go about trade and communication laws, infrastructure, security, consumer habits and attitudes.

This research aims at the relationship between customers' demographical properties and mobile commerce main components. In the section of the result and suggestions, the survey results and the demographical properties and mobile commerce relationship are evaluated.

Keywords: *M-commerce, consumer attitudes, demographical properties, mobile age.*

^{1*} Kemal DEMİR, Revenue Specialist and Certified Accountant, kmldemir@hotmail.com

² Assistant Prof. Dr. Tuğba AltıntaşUskudar University, tugba.altintas@uskudar.edu.tr

Mobil Ticaretin Temel Bileşenlerinin Müşterilerin Demografik Özellikleri İle İlgili Olarak Belirlenmesi

Özet

Teknolojik gelişmeler sayesinde zamanla ticaret değişmiştir. Şimdi mobil çağa ulaştık ve bizler her şeyi cebimiz kadar olan bilgisayar benzeri mobil cihazlarımızla yapabiliyoruz. Ürün ve satıcıların çeşitliliği müşteriler için büyük ve karmaşık alışveriş çevresi oluşturmaktadır. Bunun gibi pazarlar satıcıları müşterilerinin isteklerini yakından anlamaya ve onları kendilerine uygun ürün ve hizmetlere yönlendirmeye itmiştir.

Mobil ticaret müşterilere mobil cihazları aracılığıyla ulaşmak ve yeni bağlantılar oluşturmak için yeni ve etkili bir kanaldır. Elektronik ticaretin avantajları mobil ticaret ile yeni bir aşamaya taşınmıştır. Bu yeni aşamada ticaret ve iletişim kanunları, altyapı, güvenlik, tüketici alışkanlıkları ve tutumları hakkında kat edeceği yol vardır.

Bu araştırma müşterilerin demografik özelliklerinin mobil ticaret ana bileşenleri ile ilişkisini hedef almaktadır. Sonuç ve öneriler bölümünde, anket sonuçları değerlendirilmiş ve demografik özelliklerin mobil ticarete olan ilişkisi irdelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *M-ticaret, tüketicilerin tutumları, demografik özellikler, mobil çağ*

Introduction

Technology is become the nucleus of the productivity of market and commerce structures. Rise of technological improvements creates benefits for companies as well as consumers. Advances in technology and rapidly changing internet and mobile devices, connectivity between the persons, business and e-commerce advertising made a huge impact activities of countries and companies.

Market structures changed during the last decades. Today most of the companies using digital marketing system with their real market

to reach their buyers/consumers. Electronic commerce removed the borders of the countries and companies started rivalry between them not only national but also internationally. Selling the products and services to customers are getting easy with E-commerce web pages with 7/24 online internet shopping. This competition improved the marketing skills of companies to succeed and save their market share from competitors.

Mobile phone usage rising and mobile companies growing with bigger profits. Recent years internet connected portable devices are highly increased. Especially Smartphone users exploded very much. Smartphones are today giving the experience of mobile computer, telephone, TV, movie player, camera, music player, scanner, gaming, navigation with the help high speed mobile internet connectivity. Mobile industries thrive fast nowadays. The companies must have followed these trends if they want to get success at the business.

Mobile devices becoming more common than personal computers around the world. Mobile devices allows the individuals to access the internet when they are moving even far distances have no market infrastructure exist. Mobile is a new and popular medium among people in the world.

Mobile industry created a new market and customers have new attitudes for this market. Attitudes of the customers are the dynamic side of the Mobile commerce. Managers must know and understand their target customers and give them nice service and products by arranging commerce ingredients. Information age culture changed the costumers are more active on the internet and with this companies watching the visitors and collecting data and identifying their needs. Why the customers choosing one product to another and what is the main mechanism behind to buying a product must be understand by the companies. This is the main purpose of the examine consumer's attitudes.

Mobile commerce has a strategic position for company's success.

Smartphones as a revolutionary device for future of the world and they become inevitably a part of our lives. Smartphones and other mobile devices will rise mobile commerce effectiveness and that contribute and accelerate the company's success.

Main purpose of study

The study focuses on the determining the main components of mobile commerce related to customers' demographical properties in Istanbul, Turkey by making a survey questioner. In the study main purpose is find out, customers' demographic properties (gender, age, marital status, education, employment, monthly income, and monthly saving ratio) have a significant relationship on mobile commerce.

Commerce, E-commerce and M-commerce

Commerce defines as, exchange of goods or services for money or in kind, usually on a scale large enough to require transportation from place to place or across city, state, or national boundaries (Business Dictionary, 2014).

The Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) defines the E-commerce: "An e-commerce transaction is the sale or purchase of goods or services, conducted over computer networks by methods specifically designed for the purpose of receiving or placing of orders. The goods or services are ordered by those methods, but the payment and the ultimate delivery of the goods or services do not have to be conducted online. An e-commerce transaction can be between enterprises, households, individuals, governments, and other public or private organizations. To be included are orders made over the web, extranet or electronic data interchange. The type is defined by the method of placing the order. To be excluded are orders made by telephone calls, facsimile or manually typed e-mail" (OECD Glossary, 2013).

E-commerce was introduced 40 years ago and, to this day, continues to grow with new technologies, innovations, and thousands of businesses entering the online market each year. The convenience,

safety, and user experience of ecommerce has improved exponentially since its inception in the 1970's. In 1979, Michael Aldrich invented "teleshopping" meaning shopping at a distance. Between the years 1982-1990, It was apparent from the beginning that B2B online shopping would be commercially lucrative but B2C would not be successful until the later widespread use of PC's and the World Wide Web, also known as, the Internet. 90's to present time, technology improvements made the machines smaller, compact and connected faster than before. The growing use of the Internet, tablet devices, and smart phones coupled with larger consumer confidence will see that ecommerce will continue to evolve and expand. With mobile commerce gaining speed, more users are purchasing from the palm of their hand (Miva, 2011).

E-commerce is structured in "virtual shops" that offer products and services online. Even "virtual shopping malls" have been created with lots of shops offering every kind of products for the sale. E-commerce which consists in that online retailers manage for reaching to individual consumers through the website.

Mobile commerce, reaching to the customers by using remotely and wireless communication ways for common devices like cell phones, pocket pc's and the other devices, then customers or untethered customers reached by the company makes own activities such as product, service, idea, process and the other persons. As a third screen (After TV and PC screens) Smartphones, giving a possibility to the consumers to create a direct way of communication with each other with easiness and to share their experiences every time and everywhere. The smartphones created technological and behavioral aspects will revolutionize the markets in long time (Martin, 2011).

M-consumers , M-devices and networks

Mobile Consumers

In time customers using their phones more and more for other purposes, some main marketing methods are becoming outdated. Companies should provide better ways to reach their new type of

customers.

We can divide the people into the groups to understand their characteristics:

Generation Z : Digital Natives: The generation who born before the internet defining as “Digital Immigrants”. The generation who has lived their childhood after 1994 defining as “digital natives”. The digital natives are the most effective group of the internet users. This group named as “The Net Generation” or “Millenials”. This group of people cannot dream a world without cellphones and internet, these things for them not an innovative thing, for them it’s a natural part of the life. Consequently, they are adopting the innovations very easily. This generation, enters the market with the knowledge of the product information, compared prices and product user’s comments. Furthermore, they are using their cellphones to get more information and compare prices at the same time. So, marketers must provide a harmonic way to the customers can reach their brand with nice benefits. Marketers should use tactics to prize the customer mobile check-in. Then, they can create a value for their loyalty program.

Generation Y: If we expand the borders of the people who grown with the internet, people who born between the years 1977-1996 named “Generation Y” could be added the group of digital natives. They are “Generation Y” members, searching for freedom, want to participate, self-confident and want to be respect by other to their experiences, expects of the marketing change. This group born with the internet and them wants to reach their wants so fast and their world is; fast; multitasking; instantly talking and answering with their; friends, teachers, moms-dads and experts are reachable simultaneously; there’s no borders and no hierarchy; human communication and face-to-face communications less needed to each other and everybody must have the chance to reach the free information.” Generation Y is living in very fast and changeable world than any other generation because of the digitalization.

Digital immigrants: The group of people who uses internet after

their youth accepted as digital immigrants. Even though, they are not capable for the digital world, this group of people growing faster and tries to benefits of the internet life. Digital immigrants, doesn't want to feel themselves untalented and insufficient about devices. On the contrary, they are proud of using technology and they feeling satisfaction to show their talents and they love the sharing.

Impatient new consumers: New consumers has more demand than the other groups from past. Their demands are high and not satisfy easily. Asking questions and wants to understand their environment that surrounds them. They don't like the corporations doesn't say the truth or not transparent enough to them. New consumers understand a slow opening web page and exit that page instantly. They want brands must be ready for them every time and everywhere. If they don't like a person or a company, they are putting out from their lists of them and they are marking the e-mails as a "spam" where they came from these sources (Karahasan, 2012).

M-devices and networks

M-devices

Nowadays if somebody talk about mobile commerce the main medium comes to the mind is mobile phone. Most of people underestimate the phones and their new capabilities of now they have. Besides there are lots of devices that individuals carry with them and they already a part of their daily life. Phones are now doing almost everything that PCs doing in their small screens.

There are three categories of mobile devices to achieve mobile activities (Becker et al., 2010):

- The Feature Phone: This type of phone has a simple operation system have not much user experience for consumers. That means consumers only use voice, messages and limited internet.
- The Smartphone: Smartphones have similar features

like PC they have a better operating system than feature phones and it can use multimedia, internet messaging, lots of applications, greater internet usage experience, bigger touchscreen, e-mail etc.

- **Connected Device:** Connected devices are mostly means not phone feature included in their complexity. That means these devices not primarily phones but they can connect mobile networks and do internet activities by their applications and browsers. Tablets, electronic readers, portable game consoles are just some examples of these category of devices.

Mobile Networks

Mobile commerce reaching and engaging their customers over mobile network systems. There are three basic mobile networks:

- **Mobile Carrier Network:** This network system helps the cellphones connected with each other in long distances. It has generations and it's evolved in time and become stronger 1G (First Generation), 2G, 3G and 4G.
- **Wi-Fi and WiMAX:** Wi-Fi in other words wireless fidelity means wireless small local area network it connected to the internet. Mostly using at home, work, restaurants and coffees and rest common places. WiMAX is similar Wi-Fi system but an enhanced version. Most of the mobile devices can connect internet via these network systems (Becker et al., 2010).
- **Local Frequency:** Lastly local frequency channels can use low frequency and transfer data and interacting mobile devices on purpose of use. These connections are named Bluetooth, RFID and NFC technologies.

Mobile commerce tools

Mobile Commerce has lots of useful tools to interact and reach the new consumers. These tools are:

- Voice
- Sms
- Mms
- NFC, Bluetooth and RFID
- Mobile Wallets
- Mobile Web Page
- Mobile Ads and Search Optimized Engine
- Location Based Commerce
- Mobile Applications
- QR Codes
- Social Media Marketing

Innovations about human life changed the world and still continues to change, so far we saw the new technologies shaped the world trade and purchases, showing and advertising their products and services and uses their power of recommending or reviewing products, new payment methods bring together supply and demands instantly, locally and easily when even customer moving and even at night time. The tools of mobile commerce are raising parallel as technology and human behavior.

Concept of consumer and consumer attitudes

Consumer is the natural person or legal entity who not making their actions for the purpose of commercially or professionally (Uzun, 2013). Consumer is the main and target concept of the market. Market is useless, not productive and meaningless without consumers. Market is living with understanding consumer needs and emotions and what they desire and the manufacturers following their wishes and supply their products and services to the market and that cycle keeps going with benefit with both sides. This process is a cycle influenced by consumer behaviors, expectations and local or worldwide trends. Sometimes it's hard to understand the consumer's wishes and it causes market failures.

Consuming is the last part after economic manufacture and trade. Consuming with another words, is using the products or services

to satisfy the consumer's needs that needed time. Consuming can show the tendency of individuals. Individual's consuming shows the society's tendency about consuming.

Consumer purchase process

The purchase is only the visible part of a more complex decision process created by the consumer for each buying decision he makes. Consumer buying decision process has five steps:

- Need Recognition/ Problem Recognition
- Information Search
- Alternative Evaluation
- Purchase Decision
- Post-Purchase Attitude

Before the mass production times marketing is not effective as today and costs was so important for the manufacturers. Also the buyer's purchase power is limited and they are accepting the mass manufacturer's products generally. After the 60's the consumer's purchase power, education and mass manufacture systems is divided the markets to small parts and created another level of rivalry among the companies. The competition and products are become diverse and that improvements are drove the consumers to the complex purchase decision attitudes. These complex information and variety of needs and solution options increased the marketing campaigns and the companies wanted more new customers and higher profits. Obtaining the target idea was not simple, they must understand the customer attitudes more deeper way to make contact with them (Gümüş, 2014).

The factors that effects the consumer purchase

Companies must be careful when they are trying to influence the consumers because the individuals have different and distinctive personalities. There are lots of variables effects the consumer purchase process. There are four types of factor groups that affect the consumer attitudes (Tukcev, 2014):

- Demographic Factors: Age, Gender, Education & Profession, Income Level, Civil Status, Settlement.
- Socio Cultural Factors: Culture, Social Class, Reference Groups, Family.
- Psychological Factors: Motivation, Prosperity and Generousness, Power Desire, Superiority Desire, Creativity, Youth, Pleasure, Attractiveness, Respecting The Traditions, Kindness, Perception, Learning, Personality, Attitudes and Beliefs.
- Economic Factors: Income and Wealth Rise, Credits, The Change in Prices.

Turkish consumer profile

According to the TÜİK (Turkish Statistical Institute) statistics shows Turkey's important general characteristics of Turkish Consumer Profile. Turkey population age gender is important for Turkish consumer profile the ages between 15-64 group the biggest population group as the workforce of Turkey. Mobile Telephone and internet subscribers are rising within the years the mobile internet usage doubled in last 4 years. That is a huge potential on mobile marketing and commerce. Great of number people is married in Turkey. They are the biggest group among the other population groups. After the global recession of 2009 to the 2013 years, purchasing power of Turkish consumer is raised in the comparison with OECD countries and that created to the people to invest or spend money for their needs (TÜİK, 2014). According to the study about E-commerce shows that with the credit card amount in Turkey 54 Million in 2013 and with that Turkey is secondary at this statistic, debit card usage Turkey taking first place with 89 Million cards and Turkey have first place in POS terminal amount with 2,1 Million POS terminal. ATM machine amount is 35.000 and Turkey have sixth place among European countries (Afra, 2014).

According to the BKM card monitor report 86% of the individuals are using credit cards when shopping on internet. The table above shows how the credit card usage on internet payments raised over

the years. Besides that, the report outlines with the credit cards monthly average payment is 886 TL in Turkey. The credit card limit averagely 4.360 TL and they are using averagely 37% of their credit card limit. 72% of the attendants are paying all of their credit card debts, but 24% of them is partly paying their debts. The attendants answered the question about credit cards most liked features; 64% of them liked the feature of monthly installment options at more shopping places, 24% of them liked the bonus collecting feature when they are spending, all these features are very important for Turkish consumers.

A transportation project in Konya city started in 15 April 2013 by using contactless featured credit cards, debit cards and also banking card and NFC featured phones can able to use for payments on the public transport vehicles. The project also a big step for the future payment systems. The survey question asked about how the individuals want to make their payments in future and %31 of the attendants wanted to use the “mobile phone” as a payment device in future (BKM Report, 2013).

According to the survey among Turkish consumers, 84,4% of the consumers are searching for good prices before the purchase. 16,7% of the consumers are making price searching every time. Consumers are searching two sources averagely before buying. Approximately 2 of 10 consumers are searching the prices from internet shows that high rate usage of internet (Tukcev, 2014).

Internet purchase percentage among the internet users in 2014 is 30,8% and one year before it was %24,1 according to the statistics (TUİK, 2014). That is showing one of third internet users are purchasing products or services from internet.

Method

In the light of literature researches and the empirical studies shows mobile commerce opportunities effecting the attitudes of customers. Especially in Istanbul, Turkey the customers trying to purchase their

needs in everywhere and every time. Research aims at the significant connection about their demographic factors of customers' towards mobile commerce.

This research population is based of employees which they are living Istanbul city and most of them internet and mobile internet users, the education levels are above the average of the community and they are working a stable job of government mostly.

The assumptions of the survey are;

- The answers on the survey form filled by individuals' shows their real perceptions.
- The survey attendants represent the universe sufficiently.
- The attendants are answered the survey form eagerly and considering the objective truths.
- The survey results are tested with harmonic statistical techniques according to the aim of the research.

In the survey form there are multiple choice questions as a scale. Scales are prepared by up to date and internationally accepted sources. In the survey, attendants giving information about their age, job, education, gender and income levels etc. questions asked. Collected data from the survey forms used and evaluated by the help of SPSS statistical program and Google Docs.

Findings and conclusion

The individuals attended the survey and their demographical data collected and summarized: Among the 124 respondents, 54,8% are males and 45,2% are females. The respondents are mostly aged 20-30 ages 47,6% and 31-40 aged 33,9% becomes the biggest groups. According to the ages of attendants 54,8% of them is bachelor and 45,2% is married. When we look at the Education levels we are seeing most of the respondents have university degree 67,7% and masters degree 21,8%. Respondents occupation is mostly official public sector 70,2%, and workers in private sector 21%. Their income levels are

48,4% of them between 2001-3000 TL, 30,6% of them 3001-4000 TL. Their savings ratios 43,5% Less than 25%, and 41,1% is no savings.

Table 1 : Descriptive statistics of survey questions

Attitude Statements	Mean	Median	Std. D.
I often prefer card payment (credit card, debit card, etc.) for my shopping.	3,69	4	1,303
I use often Mobile devices (phone, smartphone, tablet, etc.) in my daily life.	4,31	5	1,106
I often connect to internet with my mobile devices.	4,38	5	1,041
I'm using mobile devices to reach information (product characteristics, price, comparison, etc.) about the products I want to buy.	3,90	4	1,266
I thinking the advertisement messages positive and adequate that received by mobile devices.	2,38	2	1,266
I'm thinking the communication tools (SMS, MMS, e-mail, voice search, etc.) are positive and useful about products and services.	2,46	2	1,315
I finding positive the campaign, special deals, coupons and discounts information that I taking by mobile devices.	2,65	3	1,362
I'm finding positive the mobile entertainment services (video, games, music, etc.)	3,10	3	1,261
I find mobile shopping more than entertaining than traditional shopping.	2,91	3	1,148
I am thinking that there are no security problems in mobile shopping.	2,77	3	1,176
I find mobile shopping more reliable than traditional method of shopping by trying and seeing the products.	2,28	2	1,152
I find the purchase of products and services by mobile devices necessary.	3,70	4	1,097

I'm thinking the information, campaign, discount messages that I received by mobile devices are comfortable and attractive.	2,48	2	1,213
I find shopping by mobile phone is positive.	3,51	4	1,108
My general intention to shop via mobile phone is high.	3,09	3	1,236
If the prices and monthly payments of products and services are better than in traditional shopping, I prefer mobile shopping.	3,85	4	1,174
I prefer mobile shopping when my time is limited or if I wanted to gain time.	3,67	4	1,215
I can do my operations fast and everywhere by mobile applications (mobile banking, money transfer, navigation, social networking, mobile wallet, and mobile shopping apps).	4,02	4	1,067
I want to make mobile shopping often with greater amounts in future.	3,69	4	1,100
(1.Strongly Disagree, 2.Disagree, 3.Neither Agree Nor Disagree, 4.Agree, 5.Strongly Agree.)			

The results suggest that respondents have positive attitudes but there are negative attitudes about mobile advertising, information, campaign, discount messages and traditional way of purchasing more reliable than mobile commerce.

Hypotheses testing

IBM SPSS Statistics 22 for Windows was used to analyze survey data. In data analysis, mean and standard deviations of questions used in Likert scale were calculated and independent-samples t-test, one-way ANOVA and post hoc analysis were used for hypotheses testing.

Table 2 : Hypotheses test results

Hypotheses	Results
H1: There is a relationship between gender and attitudes on mobile commerce.	Rejected
H2: There is a relationship between age and attitudes on mobile commerce.	Accepted
H3: There is a relationship between marital status and attitudes on mobile commerce.	Rejected
H4: There is a relationship between education and attitudes on mobile commerce.	Rejected
H5: There is a relationship between employment and attitudes on mobile commerce.	Rejected
H6: There is a relationship between monthly income and attitudes on mobile commerce.	Rejected
H7: There is a relationship between monthly saving ratio and attitudes on mobile commerce.	Rejected

Among seven hypotheses only hypothesis number two showed significant relationship and it was about between age and attitudes on mobile commerce.

Table 3 : Age ANOVA results

Descriptives								
AGES	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		F	Sig.
					Lower Bound	Upper Bound		
20-30	59	3,4532	,53905	,07018	3,3127	3,5936	3,490	0,018
31-40	42	3,2794	,71972	,11106	3,0552	3,5037		
41-50	21	2,9398	,67510	,14732	2,6325	3,2472		
>51	2	3,4474	,70711	,50000	-2,9057	9,8005		
Total	124	3,3073	,64938	,05832	3,1919	3,4227		

The hypothesis H2 is accepted because the significant connection value Sig. is lower than 0,05 ($0,018 < 0,05$) according to the SPSS Anova statistics results. To find the different group, Tukey's Test as a Post-Hoc Test has been applied and it was seen that 41-50 age group's mean differs from others.

Results

The survey results are showed no difference between female and male groups also there's no significant difference between bachelor or married customers, education levels, employments, monthly income and saving ratios. There is only significant relationship between the age factor and mobile commerce. Customer purchase wishes and abilities are changing according to their life period. The age period of the customers makes changes of their wishes and needs, also in the different periods consumers are selecting the different services and goods. The mobile commerce mostly selected by young age period because of their parallel use of mobile devices and mobile internet. The young individuals are more taking risks among the other groups and try new ways to reach their wants.

In the hypothesis number two focuses about age factor and mobile commerce relationship, according to hypothesis Anova mean results between age groups have decreasing mean numbers according to their age rising, after the 41-50 age group mean numbers rising. In other words, when the generations getting older they are using less mobile technologies and mobile commerce but after 41-50 age group consumers intention to mobile commerce rising because 51+ age group don't want to show themselves as untalented or insufficient about technology and mobile devices than other age groups. They are trying to be digital immigrants. Test results shows among other age groups 41-50 age group differs because they are born in 1964-1974 years and between these year period even teleshopping didn't invented, because of this reason, this age generation have traditional understanding and that's why their mean level is lower than other age groups. If we summarize, consumer's attitudes to the mobile commerce creates a significant relationship because of generation

differences and also its dependent on that different generations' adaptation to the technologic advances in the world.

The markets understand the big role of the consumers and produce according to their wishes are crucial for the life of the companies. The companies tried to understand their new channels and use channels as a commerce connection for provide consumer's wishes and demands.

Mobile commerce is a new and effective channel for business and as we see from the results of survey customers are using their mobile devices very often in their daily life. They are searching instant searches by their mobile devices everywhere and they can see other seller's prices and compare it or see where the best offers are. That makes us to understand creating a mobile web page is the key element for every kind of business. The respondents said they finding shopping by mobile phone are positive and they are price sensitive if the mobile prices are better and when they wanted to gain from time, they will purchase from mobile devices.

Mobile commerce respondents not satisfied by the information, campaigns, special deals, coupons and discounts messages, SMS, MMS, e-mails, and mobile entertainment services. Their general intention via mobile phone not intense but it is positive.

The companies' have to follow the consumer ideas to achieve success. As we understand most of the attendants didn't like the communication tools because of their usage is mostly repetitive, misleading or without permission. In the year of 2015, Turkish government planning to force laws about information messages for mobile phones. In survey results agreed that information messages about companies or products are uncomfortable and unattractive. This is a big problem in turkey mobile market. The attendants also find the traditional shopping more reliable than mobile commerce. For eliminating such attitudes, mobile commerce buyers must have more secured by payments or returning the product without any

reason. These rights can be better by electronic trade laws.

The mobile commerce mostly using electronic money from bank accounts, credit cards etc. this helps to government register all transactions and helps the rise income level of the government. As a result mobile commerce helping the government fight against off-the-books sales and provide more service to the community and it will affect the wealth of the citizens. As we see from the survey results the responders are agree to using credit cards or debit cards in their payments, they can use or add their cards to mobile wallets and this attitude will help the mobile payments rise. Another survey question about monthly savings showed that a big majority of responders have no savings or they have less than 25% of savings that is also shows that they are almost spending their %75 percent of income. The consumers are price sensitive as we pointed out in the light of the survey questions. They are examining the products from real shops but they can purchase it from mobile commerce companies. This is totally beneficial for consumer's budget, so we can conclude mobile commerce have cost advantage if we compare it with retail stores.

The improving countries are making their real and digital worlds closer to each other and adding new content, values, abilities to achieve more success on mobile commerce area, so for me that is important for future of the companies, consumers and governments. In the thesis, it is pointed out often mobile devices and mobile digital world growing faster and thriving real and digital worlds become one part. Especially, this growing side of the internet needs to be regulated by new rules or protocols about security and safety.

Turkish sales sector needs to improve throughout the world and must be competitive against the worldwide companies by new approaches. Our improvements not only for our culture but also must be for international cultures. The cultures of humans, fast growing technology and new channels for trade with a changing world this study area needs improvements by further academic studies

References

- [1] Becker, M., Arnold, J. (2010). *Mobile Marketing for Dummies*, Indiana, Wiley Publishing.
- [2] Sungur, S., Gülnihal, H., Bilim, G., Gümüş, S. (2014). *İnternet Reklamlarının Tüketicinin Satın Alma Davranışlarına Etkileri*. İstanbul, Hiperlink Yayınları, 1.Baskı.
- [3] Karahasan, F. (2012). *Taşlar Yerinden Oynarken Dijital Pazarlamanın Kuralları*. Doğan Egmont Yay., İstanbul, 1.Baskı.
- [4] Martin, C. (2011). *The Third Screen*. USA, Nicholas Brealey Publishing.
- [5] TUKCEV. (2014). *Tüketici Profili ve Bilinç Seviyesi Araştırması*. Elma Teknik Basım Matbaacılık, Turkey.

Internet references

- [6] Afra, S. (2014, July). *Dijital Pazarın Odak Noktası E-Ticaret*. http://www.tusiad.org/_rsc/shared/file/eTicaretRaporu-062014.pdf.
- [7] BKM. (2013). *Card Monitor Report*. <http://www.bkm.com.tr/yayinlar.bkm>. Access: 16 May 2015.
- [8] *Business Dictionary*. (2014). *Commerce*. <http://www.businessdictionary.com/definition/commerce.html#ixzz2zN2nPZyK>. Access: 12 August 2014.
- [9] MIVA. (2011). *The History Of Ecommerce: How Did It All Begin?*. <http://www.mivamerchant.com/blog/the-history-of-ecommerce-how-did-it-all-begin>. Access: 15 August 2014.
- [10] OECD GLOSSARY. (2013). *Electronic Commerce*. <http://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=4721>. Access: 10 August 2014.
- [11] TUIK. (2014). *Turkish Statistical Institute Categories*. <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=kategorist>. Access: 22 August 2014
- [12] Uzun, A. (2013). *Yeni Tüketici Kanunu Yürürlüğe Girdi*. <http://www.erdem-erdem.com/articles/yeni-tuketici-kanunu-yururluge-girdi/>. Access: 08 December 2014.

Dünyanın Mevcut Su Potansiyeli ve Deniz Suyu Arıtımı

Mehmet Ali BARAN

Özet

Tüm canlılar için temel besin maddesi olan su, ikame edilememesinin yanında hayatın ve ekosistemin ana kaynağını oluşturmaktadır. Suyun hayati öneme sahip olduğu insan kullanımı, enerji üretimi, ekonomik kalkınma, tarımsal sulama, ekosistemin devamlılığı, ulusal güvenlik gibi birçok sektör bulunmaktadır. Mevcut su kaynaklarının korunması akılcı politikalar, sürdürülebilir kullanım, mekânsal ve sektörel planlama, karar verme süreçlerinin öngörü ve eşgüdüm çerçevesinde ve denetim sistemlerinin entegrasyonu ile başarılabilir ve gelecek kuşaklara aktarılabilir.

Bu makale’de Dünya’da ve Türkiye’de bulunan mevcut su kaynakları incelenerek, birçok alanda kullanımları ele alınmış, doğadaki suyun varlığı ve önemi vurgulanmıştır. Son yıllarda yaşanan iklim değişikliği ve kuraklığın mevcut su kaynaklarına etkileri irdelenerek, küresel çapta yaşanan su kıtlığı teorik ve kullanım alanları kısa çıkarımlarla ele alınmıştır. Su problemlerine çözüm amaçlı deniz suyunun arıtılarak tatlı su elde edilmesi ve söz konusu sistemlerin doğaya zararları ve faydaları ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tuzlu su, sürdürülebilirlik, iklim değişikliği, arıtma.

**İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, E-mail: mehmetalibaran@suratklise.com, Adres: Surat Klışe, Kışla Cad., Apek İş Merkezi, C Blok No 301-302, Topçular-Eyüp-İSTANBUL.*

Existing water potential and desalination in the world

Abstract

Water being basic nutrient for all creatures comprises the main source of life and ecosystem while it cannot be substituted. Water is of vital importance in various disciplines such as use for humanity, energy generation, economical development, agricultural irrigation, continuity of the ecosystem and national security. Protection of existing water resources is provided by rationalist policies, sustainable usage, spatial and sectoral planning and integration of the auditing systems including foresight of making decision process and coordination and therefore it is transferred to the next generations. In this article, existing water resources are reviewed in Turkey and World by considering usage in various fields, and importance and existence of the water in nature are stressed. Water shortage lived globally, is studied by brief deductions in respect to theoretical and practical usage fields by scrutinizing the effects of climate change and drought to the existing water resources in recent years. Moreover, creating of fresh water by desalinating of sea water in order to solve the water problems and advantages and disadvantages of aforesaid systems to the nature are studied.

Keywords: *Salty water, sustainability, climate change, treatment*

Giriş

Dünyada yaşayan bütün canlıların gereksinim duyduğu su, canlıların hayatlarını idame ettirebilmeleri için içme ve kullanmanın yanında sanayileşme, tarımsal faaliyetler, ekosistemin devamlılığını sağlamada ve diğer alanlarda hayati öneme sahiptir. Dünya üzerinde yaşayan nüfusun çoğalması, tatlı su kaynaklarının kirletilmesi ve iklim değişikliği nedeni ile tatlı su kaynaklarının sınırlı oluşu, insanlığı alternatif içme suyu kaynaklarını araştırmayı zorunlu hale getirmiştir.

Dünyamızda yaşanan mevcut su kıtlığı gelecek yılların en önemli problemlerinden biri olacaktır. Geçtiğimiz son 50 yılda su

kaynaklarının miktarı aynı kalmasına rağmen, su çekimi üç katına çıkmıştır (WWAP, 2012). Dünyanın birçok bölgesinde çekilen yer altı suları geri besleme miktarının üzerindedir. Dünya yaşanan nüfus artışı ve diğer sebeplerden ötürü kısa zaman içinde insanlığın su ve gıda ihtiyaçlarının iki misli yükselmesine sebep olacağı tahmin edilmektedir. İklim değişikliği ve kuraklık mevcut olan senaryoyu daha kritik noktalara getirecektir.

Dünya ve Türkiye çapında sürekli azalan tatlı su kaynakları, halkların su tüketimi ve korunması yönündeki bilincin hızla artmasına rağmen ekonomik kriterler ve siyasi yaklaşımlar su politikalarının küresel çapta oluşmasını engellemektedir. BM (Birleşmiş Milletler) verilerine göre Dünya'da 1,4 milyar insan temiz içilebilir sudan mahrumdur. 470 milyon insan su kıtlığı çeken bölgelerde yaşamakta olup bu sayının 2025'te 6 kat artması beklenmektedir. BM 22 Mart Dünya Su Günü (2005) dolayısıyla yaptığı açıklamada kirli suya bağlı sebeplerden dolayı Dünyada her gün 4 bin çocuğun (20 saniyede 1 çocuk) öldüğünü ve 400 milyon çocuğunda hayatta kalabilmek için ihtiyaç duydukları asgari temiz su imkânından yoksun olduklarını belirtmiştir.

Dünya'nın Mevcut Su Potansiyeli ve Kullanım Alanları

Dünya'nın 4/3'ü sularla kaplı olmasına rağmen yalnızca %2,5' i tatlı su kaynağı olup bu miktarın % 0,3'lük bir kısmı kullanılmaktadır. Kalan kısmı buzul, yer altı suyu ve dağlarda yer alan buzullardır (BM Su İstatistikleri, 2003). 2030 yılında, ortalama ekonomik gelişme dikkate alınarak hazırlanan senaryolar ışığında ve diğer etkin kullanım mekanizmaları dikkate alınmadan, günümüzde 4.500 km³ olan küresel su ihtiyacının 6.900 km³ 'e çıkacağı tahmin edilmektedir. Bu miktar mevcut ulaşılabilir ve güvenilir tedarik miktarının %40 üzerindedir (Anonim, 2009).

Dünya'da su kullanım alanları enerji, sanayi, meskenler (kent) ve tarımsal alanlardır. Su, enerji ve elektrik üretiminde, tribünlerin çalıştırılmasında, termal soğutma ve temizleme aşamalarında kullanılırken, elde olan mevcut suyun pompalanması, iletimi, çeşitli

arıtım tesislerinin çalıştırılması, deniz suyunun arıtılması gibi pek çok başlıkta enerjiye ihtiyaç duyulmaktadır. Karşılıklı bağımlılık iki sektörün bir arada çalışmasını zorunlu kılmaktadır. Dünya genelinde ülkeden ülkeye farklılıklar göstermekle beraber sanayide kullanılan su miktarı dünya kullanılabilir su miktarının yaklaşık % 20'sine tekabül etmektedir. Evsel amaçlı su kullanımı kentler ve diğer yerleşim yerlerindeki su tüketimini içermektedir. Gelişmiş ülkelerde ortalama kişi başı günlük su tüketimi 500-800 m³/yıl gelişmekte olan ülkelerdeki su tüketiminin yaklaşık on katıdır. Örneğin, Asya, Afrika ve Latin Amerika'da kişi başı günlük su çekimi 50-100 m³/yıl arasında olabilmektedir. Buna ek olarak, su kıtlığı çekilen bölgelerde bu oran kişi başı günlük 20-60 m³/yıl'a kadar düşmektedir (UNESCO, 2000). Tarım amaçlı kullanılan tatlı su miktarı elde mevcut olan su miktarının yaklaşık % 70'ine denk gelmektedir. Kentleşme, yaşanan iklim değişiklikleri, nüfusun artması ve azalan tatlı su kaynakları gibi sebeplerden dolayı önümüzdeki yıllarda artacak olan gıda talebi karşılanamaz boyutlara ulaşacaktır. Global boyutta uygulanacak olan su planlamasının acilen hayata geçirilmesi gerekmektedir.

Türkiye'nin Mevcut Su Potansiyeli

Türkiye geneli yıllık alansal yağış miktarı 574 m³ dür. 2016 yılı Metroloji Genel Müdürlüğü verilerine göre ilk üç aylık yağış miktarı geçen yıllara göre %' de 12 artış göstermekle beraber bölgesel baz da Doğu ve Güneydoğu bölgelerimizde yağış miktarında ortalama %' de 20 civarında azalma söz konusudur. Doğu ve Güneydoğu bölgelerimizde azalan yağışlara ek olarak yaşanan şiddetli buharlaşma var olan su miktarının çok büyük bir kısmının yok olmasına sebep olmaktadır.

Türkiye'nin 2023 hedefleri arasında kullanılabilir su potansiyelini artırmak, tarımda kullanılan su ihtiyacını düşürmek, ev ve sanayide kullanılan su ihtiyacını artırmak söz konusudur. Bu amaçla tarımda modern sulama tekniklerinin yanında, gelişen ekonomiye paralel olarak meydana gelen su ihtiyacını karşılamayı öngörmektedir. Ayrıca TÜİK tahminlerine göre 2030 yılında Türkiye nüfusu 100 milyon civarına ulaşacağından dolayı mevcut su potansiyeli 1120 m³

civarında olacak ve ülkemiz su kıtlığı yaşayan ülkeler kategorisine doğru kayacaktır (Aküzüm ve ark., 2010).

İklim Değişikliği ve Mevcut Su Kaynaklarına Etkisi

Dünya'yı ve mevcut su kaynaklarını doğrudan etkileyen iklim değişikliği, yağışların mevsimsel ve yıllık değişimlerine sebep olurken yağışın zamanı, yağışın şekli ve buharlaşma oranının yüksekliği havzalara giren su miktarını belirleyeceklerdir. Nehirlerde gözlemlenen su miktarındaki azalmalar en başta enerji üretiminde düşüslere sebep olurken aynı zamanda yer altı sularının sürdürülebilir seviyelerde tutulmasını engelleyecektir.

Uluslararası İklim Değişikliği Panelinin (IPCC) Türkiye senaryosunda, ülkede yıllık ortalama sıcaklığın ileriki yıllarda 2,5-4 derece artacağı, Ege ve Doğu Anadolu Bölgelerin' de artışın 4 dereceyi bulacağı tahmin edilmektedir. Senaryoda, ülkenin güneyinin ciddi kuraklık tehdidiyle karşı karşıya kalacağı, kuzey bölgelerde ise sel riskinin artacağı ifade edilmektedir. Türkiye'de yapılan kuraklık ölçümlerinde, ülkenin batı bölgelerinin ciddi kuraklık yaşayacağı tahmin edilmektedir. Akdeniz Havzası iklim değişikliğinin etkilerinin en şiddetli hissedileceği yerlerden biri de Türkiye olarak belirtilmektedir. Yakın gelecekte Akdeniz'deki pek çok nehir havzasının su stresiyle karşı karşıya kalacağı tahmin edilmektedir. Türkiye'de 2030 itibarıyla, iç ve batı bölgelerinde %40' ı aşan oranda su stresi yaşanacağı öngörülmektedir. Güneydoğu ve doğu bölgelerinde ise bu oran %20-40 arasındadır (DSİ, 2009).

Aralık 2015 yılında küresel sıcaklık artışının yüzyılın sonuna kadar 2 derecenin altında tutulma kararı 195 ülkenin imzasıyla kabul edildi. Sanayi devriminden beri yerkürenin sıcaklığının 1 derece arttığı bilinmektedir ve sıcaklığın 2 derece olması halinde milyonlarca insanın yaşam alanını tehdit edecektir. Ülkemizde bazı limanlar, adalar ve kıyılara yakın yerleşkelerin zarar göreceği muhakkaktır. Dünyada ve ülkemizde emisyon azaltımı, düşük karbon salınımı ve iklime dirençli kalkınma, şeffaf denetim ve hesaplanabilir yaklaşımlar dünyanın geleceğini kurtaracaktır.

Mevcut su kaynakları ve yağış, küresel ısınmanın tehdidindedir. Ülkemizde su kaynaklarında (baraj, göl, nehirler, v.s.) azalmaların yanı sıra geçen yıllarla karşılaştırıldığında kış döneminde % 15 oranında yağışların azalması söz konusudur. Su depolama tesisleri ve ilave yapılan tesisler su miktarına %15 katkı sağlamakla beraber ülkemizin bu aşamada su transfer ve su kullanımlarında kayıp ve kaçakları en aza indirerek konvansiyonel olmayan su kaynaklarına yönelmelidir.

Deniz Suyu Kavramı ve Kullanım Alanları

Deniz suyu dünyanın var olması ile birlikte oluşmuş ve suya ihtiyaç duyan canlıların içinde yaşam alanı bulduğu tuzlu bir yapıya sahip olan su kütleleridir. Deniz suyundaki kasıt sadece denizlerde bulunan su kütlelerinden bahsedilmemekle beraber okyanuslar ve diğer tatlı su kütleleri olmayan su kütlelerini de kapsamaktadır. Denizler dünya yüzeyinin yaklaşık % 70'ini oluşturmaktadır. Yeryüzünde kapladıkları 1,338 milyar km³ hacimle yerküre üzerindeki su varlığının % 96,5'ini meydana getirmektedir. Ancak, deniz suyu ortalama % 3,5 oranında tuz içermektedir (Msxlabs, 2015).

Deniz suyunu ısıtan güneş ışınları, daha fazla güneş ışınları alan ekvator bölgesindeki deniz suyunu 30 derecelere kadar çıkartabilir. Deniz suyu kutup bölgelerinde iyice soğur ve tuzluluk oranlarına bağlı olarak yaklaşık -1 ile -2 derecede donmaktadır.

Deniz suyunun içinde yer alan elementler, kimyasal maddeler ve yoğun tuz sebebi ile yaşam alanlarında kullanılabilirlik durumu olabildiğince azdır. Deniz suyunun kullanılabilirdiği bu alanlar içinde çeşitli analizlerden ve kontrollerden geçmek koşulu ile kullanılması mümkün olabilmektedir. Deniz suyu hiçbir şekilde işlemden geçirilmeden kullanılma alanları (içme suyu dışında) sanayi alanlarında demir ve ağır metal sanayinde, turizm sektöründe otellerde, evlerde ve küçük çaplı fabrikalar ve benzeri yer ve meskenlerde lavabolarda, tuvaletlerde, araç yıkamalarda, taş ve beton yıkamalarında direk olarak kullanılabilir ve günlük tüketilen kullanma suyunun % 30'u deniz suyundan karşılanabilir.

Dünyada meydana gelen hızlı artışı, insanların su israfında inanılmaz boyutlara ulaşmış olması, kentlerde kullanılan suların çoğu atık suya dönüşüp tekrarından yararlanılmadığı, yapılan araştırma ve tahminlere göre nüfus iki kat artarken su tüketimi üç kat artmakta ve bu da geleceğimiz yönünden büyük bir tehlikeye sebep olacaktır.

Deniz Suyu Kullanımı Tarihsel Gelişimi

Gemilerde 17. ve 19. yüzyıllar arasında deniz suyu basit yöntemlerle distile edilerek içme ve kullanma suyu temin edilmekteydi. 1928 yılında Curaça (Hollanda Antilleri) Adası'nda, 1930'ların başında Mısır'da ve 1938'de Suudi Arabistan'da denizden tatlı su elde edilen tesisler kurulmuştur (Lattemann ve Kennedy, 2010).

Dünyada modern anlamda deniz suyunun arıtılarak kullanılması 19.yy' in ilk yarısından itibaren başlamıştır. Osmanlı Devleti bu anlamda mutlak su kıtlığı yaşayan ve hac mevsiminde su ihtiyacının problemlili bir hal aldığı hicaz bölgesi için deniz suyunu arıtarak bölgenin su ihtiyacını karşılamaya çalışmıştır. 26 Recep 1311 (2 Şubat 1894) tarihinde yapılmış ve Cidde'de deniz suyunu arıtmak için bir istasyon kurulmuştur. Fakat bu istasyon zamanla ihtiyacı karşılayamaz hale gelmiş ve yeni tesisler için birçok yeni çalışma yapılmıştır. Osmanlı Devleti Hicaz Sıhhiye İdaresi tarafından yeniden getirtilen ve Cidde ve Yenbu' da kurulan su arıtma cihazlarının o zamanki kapasiteleri günde yüz ilâ yüz elli ton arasında idi. Deniz suyunun içinden elektrik akımı geçirilerek suretiyle suyun damıtmış ve tatlı su elde etmeyi başarmıştır (Yılmaz, 2013).

Daha sonraları bazı Dünya ülkelerinde su ihtiyacı gün geçtikte belirlemeye başlamış ve denize kıyısı olan ülkeler deniz suyundan tatlı su elde etme projelerine yönelmek zorunda kalmışlardır. Genel manada bu yönelimde bulunulan ülkelere bakıldığında en başta denize kıyısı olan ve aşırı kuraklık yaşayan ülkeler deniz suyunu tatlı suya çevirme imkânlarından yararlanmaya başlamışlardır. Bu ülkeler; Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Kuveyt, Libya, Katar, Dubai, İran, İspanya, Amerika Birleşik Devletleri, Japonya, Singapur, Malezya ve İtalya gibi ülkelerdir.

Suudi Arabistan'ın mevcut su potansiyeli yalnızca ani taşkın oluşturan suların toplanması amacıyla inşa edilen barajlara ek olarak açılmış olan su kuyularıdır. İleri derecede su kıtlığı yaşayan ülke 28 aktif ve 2 adet yapım aşamasında olan toplam 30 deniz suyu arıtma tesisi ile dünyanın en büyük deniz suyu arıtan ülkesidir. İsrail bulunduğu coğrafik koşulların doğası gereği aşırı kurak iklim kuşağındadır. İsrail'de bulunan doğal tatlı su kaynaklarının (yer altı ve yerüstü) toplam yenilenebilir potansiyeli 1.17 milyar m³/yıl'dır (Kislev, 2011). 1990 yılında yaşanan aşırı kuraklıktan itibaren Akdeniz kıyılarına kurduğu 5 adet deniz suyu arıtma tesisi sonrasında su problemine çözüm üretmenin yanında geliştirdiği teknolojileri Dünya'nın farklı ülkelerine pazarlama imkânı bulmuştur. Yunanistan su zengini sayılabilecek ülkeler konumunda yer almasına rağmen ülkenin güney bölgelerinde yaşanan su kıtlığı, adalarının su gereksinimlerinin karşılanması, yaz aylarında ülkeye gelen turistlerin su ihtiyacının karşılanması ve tarımsal sulamada kullanılmak amacıyla birçok deniz suyu arıtma tesisi kurmak suretiyle Dünya'da bu alanda yapılan tüm yenilikleri takip etmektedir.

Türkiye'de Deniz Suyu Kullanımı

Türkiye son yıllarda bazı bölgelerde yaşanan su sıkıntılarının ileri derecede görülmesi sebebi ile deniz suyundan tatlı su elde edilmesine yönelik yatırımlar ve projelerin geliştirilmesine yönelik çalışmalara ağırlık vermiştir. Bu sebeple tam olarak yaygın olmamakla birlikte Türkiye'de Avşa Belediyesi, Muğla Belediyesi ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi bu konuda çeşitli araştırmalar ve yatırımlar yaparak, projeler geliştirmiştir.

Avşa Adası'nın içme suyu kaynaklarına sahip olmaması ve yoğun turizm bölgesi olması sebebiyle yerel yönetim tarafından deniz suyu arıtma projesi hayata geçirilmiştir. Tesis saniyede 47 litre ve günde 4 bin ton temiz su üretme kapasitesi ile Avşa Adası'nın 2040 yılına kadar ki temiz su ihtiyacını garanti altına almıştır (Avşa Belediyesi, 2010).

Deniz Suyunun Doğrudan (Ayrıştırılmadan) Kullanılması

Deniz suyu daha önceki konularımızda da bahsedildiği gibi 1900'lü yılların başlarında ayrıştırılarak kullanılmaya başlanmıştır. Daha sonraları deniz suyunun ayrıştırılması sonucunda teknikler ve yöntemler geliştirilmiştir. Deniz suyunun içme suyu olarak insan üzerinde etkisinin olumsuz yönde olduğu bilinmekle birlikte, deniz suyunu doğrudan kullanılması gereken yerlerin ve durumların tespiti zorunlu hale gelmektedir.

Deniz suyunun herhangi bir arıtıma tabi tutmadan doğrudan kullanılabilmesi için yerler ve alanlar mevcuttur. Genelde meskenlerde atık su, sanayiye soğutma veya temizleme suyu olarak ta kullanılması mümkün olmaktadır.

Deniz suyundan ziyade şehir şebekesindeki tatlı suyun kullanılmasında en büyük dezavantaj manyetik kireç önleyici cihazların kullanılmasıdır. Manyetik kireç önleyici cihazlar suyun içerisinde bulunan minerallerin fiziksel olarak şartlandırılması prensibi ile çalışan su içerisindeki minerallerin kristalize yapısını değiştirerek çeperlere yapışmasını engelleyen ve mevcut kireç taşı tabakalarına etki ederek zaman içerisinde temizlenmesini sağlayan teknolojik bir cihazdır. Manyetik kireç önleyici cihazlar, suyun içindeki kireci yok etmeye olasıdır. Oluşturulan manyetik alan sayesinde yüzey gerilimi değişen kalsiyum minerallerinin yapışma özelliği yok olmuş olur. Manyetik kireç önleyici, kireçtaşı oluşumuna izin vermeyen yanında daha önce oluşan kireçtaşlarını da zaman içinde çözebilmektedir.

Demir çelik fabrikaları su tüketimi çok yoğun olduğundan dolayı deniz kenarlarında kurulmaktadır. Kullanılan suyun %60-70'i denizlerden temin edilmektedir. Deniz suyu kullanıldığından dolayı yüksek miktarda kireç taşı oluşumu gözlenmektedir. Demir çelik fabrikalarında kireç inhibitörlerle önlenmeye çalışılmaktadır. Yüksek işletme maliyetleri ve çevreye zararı olan bu sistemler yerine geliştirilmiş manyetik kireç önleyici cihazlarının kullanılması durumunda işletme maliyetlerini düşürken çevreye zarar verilmemiş

olunmanın yanında hem kireç hem de korozyon etkileri minimuma düşürülmüş olacaktır. Termik santraller, doğalgaz santralleri için suyun hayati önemi vardır. Yakılan kömür, fueloil, doğalgaz ile elde edilen ısı, su yardımıyla türbinlerde elektrik enerjisine çevrilmektedir. Hareketli parçalar suyla soğutulur ve türbinlerde kullanılan buharın atık ısı soğutma suyu ile geri kazandırılmaktadır. Tonlarca su harcanan bu santrallerin su ihtiyacı akarsu, göl, deniz, kuyu sularından karşılanır. Bu suları kullanmak için işlemek gerekmektedir. Ne kadar çok suyun kullanıldığı düşünülduğünde de su işleme masraflarının ne derece yüksek olacağı aşikârdır. Bu santrallerde yakıttan sonra en önemli gider su işleme masraflarıdır. Proseste kullanılacak suyun kireç dışında diğer minerallerden de arındırılması gerekirken, soğutma suyunun sadece kireçten arındırılması yeterli olmaktadır. Santrallerde kullanılan suyun %95 'ini soğutma suyu oluşturmaktadır (Can ve ark., 2002).

Sonuç

Dünyanın yaklaşık % 75'i sularla kaplı olmasına rağmen kullanılabilir tatlı su oranı % 2,5 civarında olup, bu suyun yalnızca % 0,3'lük kısmı kullanılmaktadır. Sanayi Devriminden itibaren Dünya çapında tüketilen su miktarı sürekli artış gösterirken, tatlı su kaynaklarında bir artışın söz konusu olmadığı görülmektedir. Kıt olan tatlı su kaynaklarının sürdürülebilirlik çerçevesinde gelecek kuşaklara aktarılması hayli zor görünürken son yıllarda etkisini iyice hissettiren iklim değişikliği ve küresel ısınma gibi etmenler söz konusu durumu daha kompleksli bir hale sokmaktadır. Dünyada yaşanan su problemlerine paralel olarak Türkiye' de de su problemleri yaşanmaktadır. Falkenmark indeksine göre su zengini olan Türkiye teknolojik yetersizlikler ve bölgeler arası yaşanan yağış farklılıklarından dolayı su sıkıntısı yaşayan ülkeler kategorisinde yer almaktadır. Dünya'da ve Türkiye'de yaşanan su problemlerine bir takım çareler aranmaktadır. 2015 yılında Paris'te 195 ülkenin imzasıyla kabul edilen sıcaklık artışının 2 °C' in altında tutulma kararı olumlu gelişmelerdendir. Su kaynaklarının korunarak tek merkezden yönetilmesi gibi yaklaşımların yanında su problemine bir diğer çözüm deniz suyunun arıtılarak kullanılmasıdır.

Dünya'daki mevcut suyun % 96'sını oluşturan Deniz suyu, içeriğinde yer alan klor ve sodyum elementlerinin birleşmesi sonucunda denizi tuzlu hale getirmektedir. Mevcut tablodaki tuz oranı sıcaklık etmeni ile paralel olarak artmaktadır. Deniz suyu ayrıştırma yapılarak kullanılabilinecekken ayrıştırma yapmadan da kullanım alanlarına sahiptir. Deniz suyu herhangi bir arıtım işlemine tabi tutulmadan endüstriyel alanlarda, sanayi tesislerinde, turizm sektöründe, taş ve beton yıkamalarında, maden çıkarımlarında, meskenlerin pisuarlarında vb. kullanım olanağına sahiptir. Deniz suyunun ayrıştırma yapılarak temiz suyu elde edildiği durumlarda tarımsal, endüstriyel, kentsel ve mekânsal alanlarda kullanılabilenmektedir. Deniz suyunun şehir şebeke hattının yanına yeni bir şebeke hattı monte edilerek manyetik kireç önleyici cihazları vasıtasıyla deniz suyunun içinden geçtiği yeni şebeke hattı kireç ve deniz suyu yönünden temiz kalırken meskenlerde kullanılan temiz suyun yaklaşık % 30'u tasarruf edilecektir.

17.yy' da gemilerde ilkel metotlarla arıtılarak kullanılan deniz suyu 1900'lü yılların başlarında modern tesisler ile arıtılarak kullanılmaya başlanmıştır. Günümüzde birçok devlet deniz suyunu arıtarak ülkesinde yaşanan su kıtlığını aşmaya çalışmaktadır.

Deniz suyundan tatlı su elde etme projeleri ülkelerin su problemlerini çözenin yanında çevreye bir takım zarar vermeleri söz konusudur. Dünya ülkelerinin çoğunda kullanılan ters ozmoz yöntemi yüksek enerji ve basınç getirmektedir. Alıcı ortamlara göl sularında yapılan arıtmanın üç katı oranında karbondioksit salınımı gerçekleştirmektedir. Arıtma esnasında ortaya çıkan tuz ve diğer maddeler tekrar deniz ve okyanuslara bırakılması sonucu tuz oranında yaşanan değişimler suyun dengesini bozarak denizde yaşayan canlıların oksijen oranını daraltmakta ve deniz canlı türlerinin göç etmesine ve yok olmalarına sebep olmaktadır. Mevcut tuz ve diğer atıkların yere gömülme durumlarında yer altı suları zarar görmektedir. Bu durum uzun vadede dünyanın dengesini bozarak ekosistemin bozulmasına sebep olacaktır.

Geleceğin akıllı kentlerinde yer alacak olan deniz suyunun arıtılarak hayatımızın her aşamasında kullanılmasını değişen iklim koşulları ve kuraklık karşısında Dünya kentlerini mecbur bırakacak ve sürdürülebilir kent göstergelerinin içinde yer alacaktır.

Kaynaklar

- [1] Anonim (2009). Water Resources Group, 2030. Charting our Water Future: Economic frameworks to inform decision-making.
- Aküzüm, T. Çakmak, B. ve Gökalp, Z. (2010). Türkiye’de Su Kaynakları Yönetiminin Değerlendirilmesi. *Tarım Bilimleri Araştırma Dergisi* 3 (1): 67-74.
- [2] Can M., Etemoğlu A.B., Avcı A. (2002). Deniz Suyundan Tatlı Su Edilmesinin Teknik ve Ekonomik Analizi, *Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi, Cilt 7, Sayı, 1. Bursa.*
- [3] Kislev Y., (2011). TAUB CENTER for Social Policy Studies in Israel, Policy Programme Paper, *The Water Economy of Israel* .
- [4] Lattemann S., Kennedy M. D., (2010). Schippers J.C, Amy G., *Global Desalination Situation, Sustainability Science and Engineering, Volume 2, Elsevier B.V., Sayfa 7-38.*
- [5] Yılmaz, Ö. F., (2013). Osmanlı'nın Hicazda Deniz Suyu Arıtma Tesisleri Projesi, *Çamlıca Basım Yayın*, s.1.,
- [6] WWAP (World Water Assessment Programme), (2012). *The United Nations World Water Development Report 4: Managing Water under Uncertainty and Risk. Paris, UNESCO*
-

İnternet Kaynakları

- [7] Avşa Belediyesi, (2010). <http://avsaadasi.avsa merkez.com/Avsa-Belediyesi-s36.html>.
- Erişim tarihi: 13/03/2016.
- [8] BM Su İstatistikleri, (2003). <http://www.greenfacts.org/tr/water-resources/water-resources-foldout>. Erişim tarihi: 23/04/2016
- [9] DSİ, (2009). Turkey Water Report. Ankara. [http://www.dsi.gov.tr/english/pdf_files/
- [10] Turkey WaterReport.pdf] Erişim tarihi: 19/04/2016.
- [11] Msxlabs, (2015). Deniz, Akarsu, Göl. [http:// www.msxlabs.org/](http://www.msxlabs.org/),

Erişim tarihi: 15.08.2015

[12] UNESCO, (2000). Water Use in the World: Present Situation/
Future Needs. [[http:// webworld.unesco.org/water/ihp/publications/
waterway/webpc/pag16.html](http://webworld.unesco.org/water/ihp/publications/waterway/webpc/pag16.html)]. Erişim tarihi: 23.01.2013

Belediyelerde Yapı Kontrol İşleri

Mehmet ERCAN

Özet

Belediyelerdeki yapı kontrol mekanizmasının amacı, belediyelerin mücavir alan sınırları içinde yapılacak planlar ve bu planlar doğrultusunda inşa edilecek resmi ve özel bütün yapıların plan, fen, sağlık ve çevre şartlarına uygun teşekkülünü sağlamak amacıyla şehrin planlı bir şekilde yapılanması için planların hazırlanması, yapıların var olan imar planına uygun olarak inşası ve tarihi dokunun korunması, şehirde inşa edilen yapıların planlara göre ve gerekli yasal şartları sağlayacak güvenilirlik ve kalitede olması için takip ve denetim çalışmalarını gerçekleştirmektir.

Çalışmamız ile belediyelerdeki yapı kontrol iş ve işlemleri detaylandırılmış, İstanbul ilindeki belediyelerin mevzuat, uygulama ve işleyişleri incelendiğinde; belediyelerin yapı kontrol işlerinde kendi iç işleyişleri, çevresel faktörler, yapı denetim kuruluşları, müteahhitler, mevzuat, yargı ve bilinçsizlikten kaynaklanan sorunlar sebebiyle zorlukların yaşandığı, aksaklıkların meydana geldiği anlaşılmıştır. Bu sorunların çözümü hem belediyelerin işlerini ve işleyişini kolaylaştıracak, hem de canlıların daha yaşanabilir bir çevreye kavuşmasına yardımcı olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Belediye, yapı kontrol işleri, sorunlar.

*Yüksek Lisans tezinden özetlenmiştir.

**İnşaat Mühendisi –İstanbul Aydın Üniversitesi, Mahalli İdareler ve Yerinden Yönetim Yüksek Lisans Öğrencisi
E-mail:ercanmehmet@gmail.com, Gsm:0533 474 36 99

Municipalaffairs of building control

Abstract

The purpose of building control mechanisms in municipalities, the plans will be held in the adjacent area boundaries, and this will be built in the planned line with all public and private nature of the plan, science, health and in a planned manner the preparation of plans for the construction of the city to ensure the formation of appropriate environmental conditions, the structure of the existing zoning plan in accordance with the construction and historic preservation of tissue, according to the plans of the buildings built in the city and will provide the necessary legal requirements it is to perform monitoring and control work to be quality and reliability.

Our study detailing the structure and control business operations in the municipalities, the municipalities in the province of Istanbul legislation, implementation and operation are analyzed; their inner workings in the affairs of the municipal building control, environmental factors, the construction supervision agencies, contractors, regulatory, judicial and experiencing difficulties due to problems arising from ignorance, it was understood that the glitch occurred. The solution to these problems and to facilitate their work and functioning of the municipality, it will help both to attain a more livable environment of living.

Keywords: *Municipal, building control works, problems.*

Giriş

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'na dayanılarak halkın mahalli müşterek ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan belediyeler, (Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, 1982:madde 127) zaman içinde halkın hemen her ihtiyacına cevap verecek şekilde birimler oluşturarak yerel hizmetlerin yerinden yönetim ilkesi ile yerine getirildiği kamu tüzelkişilerine dönüşmüşlerdir. Ancak yine de belediye denince akla ilk gelen şey; bina, yol, kaldırım ve park gibi alanlar ve bu alanların inşası ile ilgili olan hizmetlerdir. Bu hizmetlerin başında ise, her

türlü binanın oluşturduğu yapı ve bu yapılarla ilgili olan yapı kontrol işleri gelmektedir.

Belediyelerin önemli hizmetlerinden olan yapı ve yapı kontrol işleri ile ilgili olan hususlar kanunlarda sayılmıştır. Bir şehrin nasıl planlanacağı, bir yapının nasıl tasarlanacağı, projelendirileceği, nasıl inşa edileceği, inşa esnasında neler yapılacağı, nasıl kullanılacağı, bakım onarım ve yıkımının nasıl yapılacağı ve belediyelerin bu konudaki sorumlulukları kanunlarda sayılanlar arasındadır. Bir şehrin mevzuat çerçevesinde planlı bir şekilde teşekkülünü sağlamak bir belediyenin asli görevlerindedir.

Belediyeler kanunların kendilerine vermiş oldukları yetkiye dayanarak işleyişleri hakkında yönetmelikler çıkarmaktadırlar. Belediyelerin yapı kontrol birimlerinin yönetmelikleri de bu kapsamda çıkarılmış olan yönetmeliklerdendir. Ancak her belediye kendi yönetmeliğini kendisi çıkardığından aynı mekanizmada her belediye farklı iş ve işlemleri gerçekleştirebilmektedir. Bu konuda bir standart bulunmadığından yapı kontrol mekanizmasında uygulamalar esnasında bir takım sorunlar yaşanmaktadır.

Belediye ve Yerinden Yönetim Kavramı

Türk Dil Kurumunda Belediye; “İl, ilçe, kasaba, belde vb. yerleşim merkezlerinde temizlik, aydınlatma, su, toplu taşıma ve esnafın denetimi gibi kamu hizmetlerine bakan, başkanı ve üyeleri halk tarafından seçilen, tüzel kişiliği olan örgüt, şehremaneti” olarak tanımlanmıştır. Belediyeler genel olarak halkın mahalli müşterek ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla kanunlarla kurulan özerk yapılardır. Bu hizmetlerin birçoğu kanunlarda belirlenmiştir. Ancak bir takım hizmetler yerel ihtiyaçlara göre belirlendiğinden belediyeler arasında hizmet türü veya sunum şekli hakkında farklılıklar gözlenebilmektedir.

Türkiye’de belediyeler, batılı toplumların aksine, doğal ve kendiliklerinden oluşup yerleşmemiştir. Batıdan çok sonra, yasa ile yaratılmışlar ve belediyeler hiçbir zaman genel yönetim

organlarından bağımsız olarak düşünülmemiştir. Arapça kökenli olan “belediye”, bir insan topluluğunun yerleşmek niyetiyle oturduğu yer anlamını taşıyan “beled” kelimesinden türemiştir. “Belediye” sözcüğü ise şehir ve kasaba işleri ve halkın hizmetleri ile oluşan yönetim demektir (Göymen, 1997).

Belediyelerin kuruluş gayeleri yerel hizmetlerin paydaşlara en yakından, hızlı ve etkin bir şekilde sunulmasıdır. Yerinden yönetim ilkesinin ana mantığı bu husustur. Zira böylelikle yerel hizmet hem etkin hem de daha az kaynak kullanımı ile sunulmuş olmaktadır. Yerinden yönetimin bir diğer avantajı yerel hizmetlerin yerinde ve doğru tespitidir.

Yerinden yönetim kısaca, yerel nitelikteki kamusal hizmetlerin devletin tüzel kişiliği dışındaki kamu tüzel kişilerinince gerçekleştirilmesi için kamu yönetimiyle ilgili kararların, devlet tüzel kişiliğinin dışında, ayrı bir tüzel kişiliğe sahip bu kuruluşların idarecileri tarafından alınabilmesi sistemine denir. Yerel yönetimlerin varoluşunun nedenlerini açıklayan ve gerekliliğini savunan görüşlerin hukuki dayanağı olan yerinden yönetim kavramı, 1876 ve 1924 Anayasalarında “tefrik-i vezâif” (vazifelerin ayırımı, görev ayırımı) şeklinde, 1961 ve 1982 Anayasalarında “yerinden yönetim” olarak isimlendirilmiştir (Nadaroğlu, 1998).

Yerinden yönetimin en önemli özelliklerinden biri de ayrı bir tüzel kişiliği olan belediye yöneticilerinin karar ve inisiyatif alabilmeleridir. Merkezi yönetime tam bir bağımlılık söz konusu değildir. Özerk yapıları bulunmaktadır. Ancak merkezi yönetimin mahalli idareler üzerinde idari vesayet yetkisi bulunmaktadır (T.C. Anayasası, 1982:madde 127).

İlk belediye teşkilatının kurulmasına kadar Osmanlı İmparatorluğu’nda yerel hizmetler klasik kurumlar tarafından yerine getirilmiştir. Klasik kurumların merkezi yönetim karşısında özerkliği bulunmamaktaydı. Osmanlı İmparatorluğu’nda diğer İmparatorluklarda görülebileceği üzere yerel demokrasi anlayışı

yerleşmemiştir (Ortaylı, 1985). Osmanlı döneminde yerel nitelikteki hizmetler kadılar ve yardımcılar eliyle yürütülürdü. Bu nedenle direkt merkezi yönetimin yereldeki yöneticileri bu konuda yetkili kimselerdi.

Yerinden yönetim kavramını özerklik teması teşkil etmektedir. Bu tema yerinden yönetim kurumlarının yönetme kabiliyeti ve finansal konularda daha serbest olmalarını gösterir. Yalnız özerklikten kasıt bağımsızlık olarak algılanmamalıdır. Bu şekilde dönüştüğünde birlik ve yönetme duygusu zedelenmektedir. Yerel yönetim kurumları bu birlik ve ahengi sağlamak üzere, yasaların öngördüğü ölçüde genel yönetimin gözetim, görevleri ve denetimi altındadır. Nitekim Anayasamızın 123.maddesi, yönetimin “kuruluş ve görevleri” ile bir bütün teşkil ettiğini belirtmiştir (Gözübüyük, 2010a). Henüz Avrupa normlarında bir yerinden yönetim anlayışının zihinlerde oturmamış olması nedeniyle tam özerk bir yapının benimsenmesi durumunda oluşacak olan bu fiili durumun merkezi yönetim açısından riskler barındıracağı göz ardı edilemez.

Yerinden yönetim birimlerinden olan yerel yönetimler, kendilerine tanınan özerklikten farklı şekillerde faydalanarak kamusal hizmetleri hem nicelik hem de nitelik yönlerinden farklı şekillerde yürütebilmektedirler. Bu duruma bölgeler arasındaki ekonomik ve sosyal eşitsizliklerin yanında, siyasal etkiler de neden olabilmektedir (Gözübüyük, 1991b). Nitekim bu durumu yurdun çeşitli bölgelerindeki belediye hizmetlerinden görmek mümkündür. Zira yurdun batısındaki yerel hizmetlerdeki çeşitlilik ve sunum göz önüne alındığında doğusundaki hizmetlere bariz bir üstünlüğü olduğu görülecektir.

Belediyelerde Yapı Kontrol İşleri

Belediyelerde yapı ve yapı kontrol iş ve işlemleri birçok kalemden oluşmakta ve belediyelerin iş yükünün büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Neredeyse yapılar hakkındaki tüm işlemlerin gerçekleştiği bu mekanizmanın etkin, verimli ve istenen standartlarda çalışmasını sağlamak için bu birimlerin görevlerinin belirlenmesi,

iş akış şemalarının oluşturulması ve iyi organize edilmesi gerekmektedir. Çünkü bu yapıların kurumsal bir organizasyona dönüşmesi beraberinde sürdürülebilir gelişmeyi getirecektir. Kendini sürekli geliştiren bir sitem ise başarının kapısını aralayacaktır.

Belediyelerdeki yapı kontrol mekanizmasının amacı, belediyelerin mücavir alan sınırları içinde yapılacak planlar ve bu planlar doğrultusunda inşa edilecek resmi ve özel bütün yapıların plan, fen, sağlık ve çevre şartlarına uygun teşekkülünü sağlamak amacıyla şehrin planlı bir şekilde yapılanması için planların hazırlanması, yapıların var olan imar planına uygun olarak inşası ve tarihi dokunun korunması, şehirde inşa edilen yapıların planlara göre ve gerekli yasal şartları sağlayacak güvenilirlik ve kalitede olması için takip ve denetim çalışmalarını gerçekleştirmektir.

Canlılar için yapı ne kadar önemli ise yapının denetimi de yapı için o kadar önemli ve gereklidir. Çünkü yapı, direkt olarak insana hizmet eden ve hayatının hemen hepsini geçirdiği alandır. Evde, işte, sosyal hayatta ve sayamayacağımız birçok alanda yapı ve insan iç içedir.

Yapı kontrol mekanizması belediyelere göre değişiklikler gösterse de, yapıyı kontrol etmek ve doğabilecek herhangi bir sıkıntının erken tespitini yaparak müdahalede bulunmak, bu konudaki iş ve işlemleri yapmak ortak amaçtır. Gecekondu yapılaşmanın önüne geçebilmenin ve yapıların plan, fen, sağlık ve çevre şartlarına uygun olarak yapılmasının tek yolu budur. 1999 yılında yaşanan Marmara depremleri bu işin ne kadar önemli olduğunu gösterdiğinden, bu konuda ilk ciddi adımlar bu tarihten sonra atılmıştır.

Belediyelerdeki bu yapılar belli kurallara göre kurulur, hareket eder ve yetkilerini kanunlardan alırlar. 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu, 3194 sayılı İmar Kanunu, 4708 sayılı Yapı Denetim Kanunu ve bu kanunların yönetmelikleri bu işleyiş için çıkarılmış başlıca düzenlemelerdir. Bu düzenlemelerde mevcut yapılar için neler yapılacağı, yeni yapıların nasıl projelendirileceği, inşaatların nasıl yapılacağı gibi temel kurallar belirtilmiştir.

Belediyelerdeki yapı kontrol işleri sadece yapıların inşası, denetlenmesi ve bunların iş ve işlemlerinden ibaret değildir. Bu görevinin dışında kurum içi iş ve işlemler, kurumlar arası iş ve işlemler, özel-tüzel kişi iş ve işlemleri de yapı kontrol işleri adı altında yapılmaktadır. Bu iş ve işlemler incelendiğinde bu alandaki iş yoğunluğunun yapı kontrol iş ve işlemlerinden daha fazla olduğu görülmüştür. Zira bu iş ve işlemler binlerce evrak, yazışma ve kontrolden meydana gelmektedir. Dolayısıyla belediyelerin yapı kontrol mekanizmalarında büyük bir iş yükü ve sorumluluk bulunmaktadır. Bu durum acilen çözülmesi gereken birçok sorunu da beraberinde getirmektedir. Aksi takdirde yapı kontrol işlerinden ve bu işlerin yapıldığı yapı kontrol mekanizmasından istenen verimin alınması olanaksızdır.

Kentsel dönüşümün hız kazandığı şu günlerde sağlıklı bir şehirleşmenin sağlanabilmesi ve bu sürecin zorluğu, yapı kontrolün önemini bir kat daha artırmaktadır. Bu konudaki en büyük görev, sorumluluk ve katkı yerel yönetimler olan belediyelerindir. Belediyelerde bu yapılaşmayı sevk-idare ve kontrol etmek için yapı kontrol mekanizmaları oluşturulmuştur. Bazı belediyelerde bu konuda hizmet veren müdürlükler kurulmuşken, bazı belediyelerde ise başka müdürlükler altında kurulan birimlerle bu hizmetler yürütülmüş ve görev tanımları yapılmıştır.

Yurdumuzun farklı şehirlerinde de yine farklı yapı kontrol mekanizmaları mevcuttur. Örneğin Doğu Anadolu bölgesinde yer alan Elazığ Belediyesi ve Malatya Büyükşehir Belediyeleri karşılaştırıldıklarında da farklılıklar olduğu görülmektedir. Henüz büyükşehir statüsünde olmayan Elazığ Belediyesi ile büyükşehir belediyesi kategorisindeki Malatya Büyükşehir Belediyesi'nin organizasyonlarında ve görev dağılımlarında birbirinden farklılıklar mevcuttur. Elazığ ili merkezinde yapı ruhsatı, yapı kullanma izin belgesi, iş bitirme belgeleri düzenlenmesi ve yapı denetim kuruluşları hakediş ödemeleri gibi yapı kontrol iş ve işlemleri Elazığ Belediyesi tarafından gerçekleştirilirken (URL 1), Malatya ilinde bu hizmet 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu kapsamında, kanunda

belirtilen ilçeler eliyle yürütülmektedir (Büyükşehir Belediyesi Kanunu [BBK], 2004:madde 7). Büyükşehir belediyesinde yapı kontrol işleri genel olarak ilçe belediyelerin bu konudaki hizmetlerinin denetlenmesi şeklinde olmakta, bu işlemler Yapı Kontrol Şube Müdürlüğü eliyle yürütülmektedir. Asıl iş ve işlemler ilçe belediyeler eliyle yürütülmektedir (URL2).

Belediye kanununa dayanarak yerleşim alanı ve nüfusu az olan belediyelerde yapı denetim iş ve işlemleri İmar ve Şehircilik Müdürlükleri veya Fen İşleri Müdürlükleri bünyesinde yapılırken, belli koşulları sağlayan ve nüfus yoğunluğu fazla olan belediyelerde ise bu hizmetin daha etkin ve verimli şekilde verilebilmesi amacıyla Yapı Kontrol Müdürlükleri kurulmuştur. (Belediye Kanunu [BK], 2005:madde 48)

Belediyeler 5393 sayılı yasanın kendilerine vermiş oldukları yetki çerçevesinde yapacakları işlerle ilgili olarak yönetmelikler çıkarırlar ([BK], 2005:madde 15). Belediyelerin yapı kontrol birimlerinin yönetmelikleri incelendiğinde, birimlerin yaptığı işlerin yapı kontrol ile sınırlı olmadığı görülmektedir. Asıl görevlerinin yapıları kontrol etmek olduğu sanılan bu birimler hemen her belediyede birçok işi yapmakla görevlendirilmişlerdir. Genel olarak bir yapı kontrol biriminde, birimin kendi iç işleyişi ile ilgili olan işler dışında 4 ana görevinin olduğunu söylemek mümkündür. Bu görevleri şu ana başlıklar altında ele alıp alınacaktır;

- Yapı denetim iş ve işlemleri,
- Kurum içi iş ve işlemler,
- Kurumlar arası iş ve işlemler,
- Özel-tüzel kişi iş ve işlemleri.

Yapı kontrol birimlerinde bu iş ve işlemlerin ifasında görevli birim ise yapı kontrol şeflikleridir. Ancak kültür varlığı yapıların fazla olduğu ve sit alanlarının bulunduğu bazı belediyelerde yapı kontrol şeflikleri yanında KUDEB (Koruma Uygulama ve Denetim Bürosu)'ler de kurulmuş olup, (Kültür ve Tabiat Varlıklarını

Koruma Kanunu [KTVKK], 2863:madde 10-11-57) bu birimler de yapı kontrol şeflikleri ile koordineli bir şekilde yapı kontrol işlerinin gerçekleştirilmesinde görevlidir. Bu birimlerin görevleri yönetmeliklerle belirlenmektedir (Koruma Uygulama ve Denetim Büroları, Proje Büroları ile Eğitim Birimlerinin Kuruluş Çalışma Usul ve Esaslarına Dair Yönetmelik, 2005:madde 7).

Yapı Denetim İş ve İşlemleri

Yapı kontrol iş ve işlemlerinin hemen hepsi yapı denetim şefliği tarafından yapılmaktadır. Yalnız kalem şeflikleri ile ilgili olan ve evrak kayıt işlemlerini kapsayan kısımlar bu işlerden istisnadır. Bu işler; ilçe sınırlarındaki tüm mevcut yapılar, yanan ve yıkılan yapılar, ruhsatlı inşaatlar, ruhsat ve eklerine aykırı yapılar hakkındaki denetim, yazışma iş ve işlemleri kapsamaktadır.

Her ne kadar yapı kontrol iş ve işlemlerinde geçen ‘‘yazışma iş ve işlemleri’’ sözcüğü az bir yer kaplasa da gerçekte durumun böyle olmadığı yapılan araştırma sonucunda daha net anlaşılmıştır. Zira bu kalem binlerce yazışma ve on binlerce evraktan oluşan devasa işlemler zincirinden oluşmaktadır. Her biri yüzlerce evraktan ve birçok projeden oluşan işlem dosyalarının incelenmesi, yazışmalarının yapılması muazzam bir enerji ve zaman harcanmasına neden olmaktadır.

Belediyelerde mevcut yapılarla ilgili olarak aşağıdaki iş ve işlemler gerçekleştirilmektedir;

- Genel bölge kontrollerinde binalarda gözle görülür olumsuz durumların olup olmadığının tespiti için inceleme yapılması,
- İmar Kanunu gereği binaların kontrol edilerek can ve mal emniyeti açısından risk oluşturan binaların tespit edilmesi (İmar Kanunu [İK], 1985:madde: 39),
- İmar Kanunu gereği şehir estetiğini bozan yapıların tespit edilerek ilgililerine gereği için bilgilendirme yapılması, devamında işlemlerin yapılması ([İK], 1985:madde: 40),
- Yapılan taleplere istinaden eski yapıların yerlerinde tetkikleriyle

- tamirat ve tadilat izinlerinin verilmesi ([İK], 1985:madde 21),
- Mevcut yapıların dış cephe bakım onarım çalışması gibi işlemleri için iskele belgelerinin düzenlenmesi (Planlı Alanlar Tip İmar Yönetmeliği, 1985:madde 63),
 - Belediye Encümeni kararlarının yapı mahallinde tebliğat işlemlerinin yapılması ([İK], 1985:madde 32),
 - Kurum içi müdürlük yazıları nedeniyle binaların imar işlem dosyalarıyla yerinde kontrol işlemleri,
 - Mahkemeler ve Savcılıklardan gelen yazılar gereği yapıların yerinde kontrol işlemleri,
 - Çeşitli talepler ve kurum yazıları için yerinde kontroller yapılması.

Yanan ve yıkılan yapılar ile ilgili işlemler 15 Ağustos 2012 tarih ve 28385 sayılı Resmi gazetede yayımlanan Yanan ve Yıkılan Yapılar Formu Kullanılmasına İlişkin Mecburi Standart Tebliği ile belediyelerin sorumluluğuna verilmiş olup, yanan ve yıkılan yapılar için form düzenleme ve bu işlemin Ulusal Adres Veri Tabanına (UAVT) işleme görevi belediyelere verilmiştir. Bu form adından da anlaşılacağı gibi yanan veya yıkılan tüm yapılar için düzenlenmektedir.

3194 sayılı İmar Kanunu ile yeni yapılara yapı ruhsatı düzenlenmesi iş ve işlemleri ([İK], 1985:madde 21,22,23,26), 4708 sayılı Yapı Denetimi Hakkında Kanun ile de bu yapıların denetlenmeleri iş ve işlemleri belediyelere yüklenen bir sorumluluktur (Yapı Denetimi Hakkında Kanun [YDHK], 2001:madde 12). Belediyelerin belki de en zor hizmeti, yapı ruhsatı ve bu yapı ruhsatına istinaden inşa edilecek yapı ile ilgili olan iş ve işlemlerdir. Çünkü sadece bir inşaatın plan, proje ve inşa süreci yıllar almaktadır. Buna her yıl yenilerinin de eklendiği düşünüldüğünde ortaya muazzam bir işlem ve iş yükü çıktığı görülmektedir.

Mücvir alanlarda yapı ruhsatı düzenlenebilmesi için imar planlarına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu planlar makro ve mikro ölçekte yapılmaktadırlar. Plan aşamasında Çevre ve Şehircilik Bakanlığı,

büyükşehir belediyeleri ve ilçe belediyeleri sırasıyla Plan Yapımına Ait Esaslara Dair Yönetmelikte kendilerine verilmiş olan yetki ve sorumluluklar çerçevesinde üstlerine düşen görevleri yerine getirmektedirler.

Planların hazırlanması ile başlayan süreç; imar durumunun düzenlenmesi, bu imar durumu ile imar kanunu ve yönetmeliğine uygun projelerin çizilmesi ile devam etmektedir. Belediye tarafından mevzuat çerçevesinde incelenen ve onaylanan projelerin hayata geçirilmesi için sıra yapı ruhsatının düzenlenmesine gelmektedir. Ruhsat aşamasına kadar olan iş ve işlemler genellikle imar müdürlükleri tarafından gerçekleştirilmektedir. Ancak bazı belediyelerde ruhsat düzenlenmesi de yine yapı kontrol şefliklerinin görevleri arasındadır. Bu konuda bir standart bulunmamaktadır.

Belediyelerde yeni yapılarla ilgili olarak; yapı ruhsatı düzenlenmesi, İnşaat faaliyetlerinin denetlenmesi, yapı denetim kuruluşları hizmet bedeli ödeme işlemleri, yapı denetim kuruluşu talepleri, yapı kullanma izin belgesi iş ve işlemleri, iş bitirme belgesi işlemleri, iş deneyim belgesi işlemleri gibi iş ve işlemler yapılmaktadır.

Yapı kontrol mekanizmasının kurulmasının önemli nedenlerinden biri de; ruhsatsız olarak inşa edilmeye çalışılan yapıların inşasına engel olunması, bu tür yapıların tespit edilerek bu faaliyete izin verilmemesi, bu konuda kanunların öngördüğü işlemlerin yapılar bu yapıların yeniden mevzuata uygun hale getirilmesidir. Çünkü bu tür yapılar kentin planlı olarak gelişmesine engel olmakta, şehir estetiğini olumsuz yönde etkilemekte ve çevrenin can ve mal emniyetini tehdit etmektedir. Sağlıklı kentleşme için çok büyük tehdit olan bu tür yapıların inşasını önlemek birinci amaçtır. Ancak gözden kaçan veya çeşitli nedenlerle zamanında tespit edilemeyen bu tür yapıların yıkılması da çok önemli ve elzemdir. Bu tür yapılara kesinlikle müdahale edilmeli ve aykırılıklar giderilmelidir. Belediyeler bu tür yapılar için kanunların kendilerine verdikleri yetki ve sorumluluklar çerçevesinde işlem tesis etmektedirler. Bu tür yapıların bir kısmı için 775 sayılı Gecekondu Kanunu kapsamında

işlem yapılırken (Gecekondu Kanunu, 1966:madde 22-23), bir kısmı için ise 3194 sayılı İmar Kanunu kapsamında işlem yapılmaktadır ([İK], 1985:madde:32). 775 sayılı yasa kapsamında kalıp gecekondu vasfındaki yapılar için belediyelerin Zabıta Müdürlüklerince işlem yapılırken 3194 sayılı yasa kapsamında kalan yapılar için yapı kontrol birimlerince işlem yapılmaktadır.

Kurum İçi İş ve İşlemler

3056 sayılı Kanuna istinaden yürürlüğe giren Resmi Yazışmalarda Uygulanacak Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik hükümlerine istinaden idare içinde çeşitli konularda talep ve bilgi alışverişi olmaktadır (Resmi Yazışmalarda Uygulanacak Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik [RYUUEHY], 2015:madde 30). Yapı Kontrol Müdürlükleri teknik bakımdan belediyelerin bilirkişileridir. Bu nedenle diğer müdürlüklerce yapılar ile ilgili her hususta bu birimlere müracaat edilir. Bu durum müdürlüğün faaliyetinin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Özellikle Ruhsat Müdürlükleri, Zabıta Müdürlükleri, Yazı İşleri Müdürlükleri ve Fen İşleri Müdürlükleri arasındaki yazışma trafiğinden oluşan kurum içi iş ve işlemler önemli ölçüdedir.

Kurumlar Arası İş ve İşlemler

3056 sayılı Başbakanlık Teşkilatı Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulü Hakkında Kanun'a istinaden yürürlüğe konulan Resmi Yazışmalarda Uygulanacak Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik hükümlerine uygun olarak kurumlar arasında çeşitli konularda talep ve bilgi alışverişi olmaktadır ([RYUUEHY], 2015:madde 30). Ayrıca Türkiye Büyük Millet Meclisi, Cumhurbaşkanlığı, Bakanlıklar, Belediyeler, Valilikler, Kaymakamlıklar, Mahkemeler, Savcılıklar, Koruma Kurulları ve adını sayamayacağımız devletin kurum ve kuruluşları arasında geçen yazışmaları ve bu yazışmalar konu olan iş ve işlemleri, Kaymakamlıklar tarafından yapılan görevlendirmeler neticesinde yapılan iş ve işlemleri, mahkemelerin talepleri üzerine ilgili mahkemelerde tanık olarak görev yapma, keşiflere katılma gibi kurumlar arası iş ve işlemler yapı kontrol işleri olarak yerine getirilmektedir.

Özel-Tüzel Kişi İş ve İşlemleri

Herkesin bilgi edinme hakkına sahip olduğunun hüküm altına alındığı kanunun ilgili maddeleri (Bilgi Edinme Hakkı Kanunu, 2003:madde 1,2,4,5) ve dilekçe hakkının kullanılması ile ilgili olan kanunun ilgili maddelerine istinaden (Dilekçe Hakkının Kullanılmasına Dair Kanun, 1984:madde 7) müracaat sahibine 30 gün içinde cevap verme zorunluluğu bulunduğundan özel ve tüzel kişilere bir çok konuda bilgi verilerek yazılar yazılır. Yapı denetim kuruluşları, müteahhitler, şantiye şefleri ve vatandaşlar arasında geçen yazışmalardan, firma ve şahısların yaptığı şikâyetler için taşınmaz mahallinde ve arşiv dosyalarında yapılan tetkiklerden, firma ve şahısların bilgi ve belge taleplerine, arşiv dosyaları tetkiki neticesinde verilen yanıtlardan, taşınmazlar hakkında gerek satın almalarda gerekse başka konularda müdürlüğe şahsen yapılan müracaatlar için, dosya incelemesi yapılması ve yüz yüze bilgi verilmesi, beyaz masalara gelen şikâyetler neticesinde yerinde yapılan tespitler ve işlemler, telefon ile direkt müdürlüklere yapılan şikâyetler neticesinde yerinde yapılan tespitler ve işlemler, mail yoluyla yapılan şikâyetler neticesinde yerinde yapılan tespitler ve işlemler, sosyal ağlardan gelen şikâyetler neticesinde yerinde yapılan tespitler ve işlemlerin oluşturduğu özel ve tüzel kişiler için yapılan iş ve işlemleri yapı kontrol işleri olarak gerçekleştirilmektedir.

Yapı Kontrol İşlerinde Tespit Edilen Aksaklıklar

Yapı kontrol işlerinin yürütüldüğü mekanizma belediyenin en sıkıntılı işlerinden birçoğunu yapmakla görevli olduğundan, işleyişte de bir takım sorunlarla karşılaşmaktadır. Bu sorunların tespiti ve çözümü, muhakkak ki etkin ve verimli bir yapı kontrol mekanizmasının kurulması için önem teşkil etmektedir. Çünkü sorunlu çalışan bir sistemin bütün yapıya zarar vermesi kaçınılmazdır.

Sorunların tespiti için birçok verinin incelenmesi gerekmektedir, ancak bundan da önemli olan şey, sorunlar yaşandığını düşündüğümüz işlerin neler olduğunun tespitidir. Çünkü bu verinin elde edilmesi, bu alanda çalışan başka mekanizmalarla karşılaştırma yapılmasına zemin hazırlayacaktır. Örneğin belediyelerin her yıl faaliyet raporları

hazırlaması, 5 yıllık stratejik planlar yapması önceki yıllarla kıyas yapılarak gelecek için hedefler belirlenmesine yardımcı olmaktadır.

Bu tespitler için bazı yöntemler kullanılması gerekmektedir. Gözlem yapılması, verilerin değerlendirilmesi, karşılaştırma yapılması, saha araştırması, anketler bunlardan bir kaçıdır. Tüm bu çalışmalar neticesinde sorunların tespit edilmesi verilerin derlenmesi ile mümkün hale gelmektedir.

Belediyelerin yapı kontrol mekanizmalarından istenen verimin alınmasında dış kaynaklı sorunlar çok büyük engel teşkil etse de, belediyelerden kaynaklanan sorunlar oldukça fazladır. Ancak bu sorunlar bazen doğru yöntemin uygulanmaması bazen de uygulamalardaki hataların tespit edilememesi yüzünden algılanamamaktadır. Bu ise belediye açısından öngörülemeyen riskler doğmasına neden olabilmektedir. Konjonktür kaynaklı sorunlar, mali sorunlar, personel kaynaklı sorunlar, belediyelerin yapı kontrol birimlerinin iş yükü gibi sorunlar belediye kaynaklı sorunların bazılarıdır.

Yerel yönetimlerin en genel özelliği, özerk ve tüzel kişiliklerinin olmasıdır. Kendilerine özgü bütçeleri olup, hak ve borç sahibi olabilir, kendi organları ile görevlerini yürütürler. Buna karşılık kendi gelirleri ile üstlendikleri görevleri yapmaları olanaklı değildir. Kanunlar çerçevesinde yönetsel ve mali açıdan merkez yönetiminin denetimindedir (Keleş, 2002a).

Belediyelerin merkezi bütçenin dışında harçlardan ve emlak vergilerinden elde ettikleri gelirleri de mevcuttur. Ancak belediyelerin sundukları hizmetlerle kıyaslandığında bu gelirlerin yetersiz kaldığı görülmektedir. Son yıllarda merkezi yönetimden yerel yönetimlere ayrılan pay hatırı sayılır şekilde artırılmasına rağmen yeterli olduğu söylenemez. Zira belediyelerin borçlarına bakıldığında birkaç büyükşehir belediyesi dışında borçsuz belediye neredeyse yok gibidir. Mali sorunlarla boğuşan belediyeler personel konusunda kısıtlamaya gitmektedirler.

Belediyelerimiz özellikle teknik eleman yönünden yetersizlikler içinde bulunmaktadır. Verilen bilgilere göre, 1988 yılında, 618 bin kişiye bir kent plancısı, 153 bin kişiye bir harita mühendisi, 48 bin kişiye bir mimar, 41 bin kişiye bir fen memuru, 32 bin kişiye bir inşaat mühendisi düşüyordu (Keleş, 2014b).

Uygulama da karşılaşılabilecek bir sorun “norm kadro” kavramından kaynaklanabilir. Norm kadro kavramında standart belirli bir kadro anlayışı hâkimdir. Bu anlayış hizmette sıkça kadro değişikliğini engelleyebilir (Keleş, 2006c).

Bir hizmetin etkin, verimli ve sürekli olarak verilebilmesi için mali kaynakların yanında bu hizmeti sunacak yeterli sayıda personele de ihtiyaç vardır. Elbette ki bu personelin konusunda uzman olması, etkin ve verimli çalışması gerekmektedir. Ancak özellikle büyükşehirlerdeki yoğun nüfusla kıyaslandığında personel sayısı yetersiz kalmaktadır.

Belediyelerde özellikle yönetim ve organizasyon kaynaklı sorunlar yapı kontrol mekanizmasının işlevini derinden etkilemektedir. Senkronize bir şekilde teşkil edilmemiş olan bir sistemin istenen verimi sağlaması imkânsızdır. Belediyelerde bu mekanizmaların organizasyonları için belirlenmiş bir şema bulunmamaktadır. Tüm belediyelerde yapı kontrol işleri adı altında yapılan iş ve işlemlerin aynı olması gerekirken, bu iş ve işlemlerin yapılmasında hemen her belediyede ayrı uygulamalar ile karşılaşmak mümkündür.

Dış kaynaklı sorunları ise; yeni yapılarda yapı denetim kuruluşları kaynaklı, yeni yapılarda müteahhit kaynaklı, mevcut yapılarla ilgili, mevzuat kaynaklı, yargı kaynaklı, çevresel faktörler ve yapı denetimi konusundaki bilinçsizlik olarak sıralayabiliriz.

Yeni yapılarda yapı denetim kuruluşları kaynaklı sorunlar belediyelerin büyük sıkıntıları arasındadır. Örneğin yapı denetim kuruluşları, 4708 sayılı kanunun kendilerine yüklediği iş yükü nedeniyle yeteri kadar denetim yapamamaktadırlar ([YDHK], 2001:madde 2). Öyle ki bu

kuruluşlar inşaatlara gelen malzemelerin TSE (Türk Standartları Enstitüsü) belgelerinden tutunda, malzemelerin irsaliyelerine kadar her şeyi kayıt altına almaktan, her bir hak ediş için onlarca işlem yapmaktan inşaat kontrol edemeyecek konuma gelmişlerdir. Bu nedenle yapı denetim kuruluşlarının denetim sorumluluğu belediyeler tarafından gerçekleştirilmektedir demek yanlış olmaz.

Yapı Denetim Kuruluşunun denetim bedelinin yapı sahibince firmaya ödenmesi, ([YDHK], 2001:madde:5) küçük alanlı inşaatlar, düşük bedelli sözleşmeler, düşük ücretlerle çalışmak istemeyen teknik personelin işten ayrılması gibi sorunlar ise diğer sorunların başlıca olanlarıdır.

Yeni yapılarda karşılaşılan bir diğer sorun müteahhit firma kaynaklı olan sorunlardır. Yurdumuzun büyük inşaat firmaları ülke sınırları dışında başarılı işler yapmakta ve dünya genelinde adlarından söz ettirmektedirler. Bu durum elbette ki ülkemiz için çok büyük bir başarı ve gurur kaynağıdır. Ancak yurt dışında başarılı ve konusunda deneyimli müteahhitlik firmaları olmasına karşın yurt içinde aynı başarıdan söz etmek çok güçtür. Zira ülke içindeki müteahhitlik sisteminin kalitesi istenilenin çok gerisindedir. Elbette ki bu durumun birçok nedeninin olduğu bilinen bir gerçektir. Özellikle inşaat sektöründeki ani ve hızlı büyüme, hızlı kentleşme ve kentsel dönüşüm konusunda yeni yeni oluşmaya başlayan bilinçlenme sayesinde yıpranmış olan yapıların yenilenmesi sebep olarak sayılabilir.

Yapı kontrol işlerinde mevcut yapılarla ilgili sorunlar ise yurdumuzun tamamının en büyük sorunlarından. Özellikle eski yapıların mevcut durumu ile yürürlükteki imar durumu arasındaki dezavantajlar yapı maliklerini binaları mevcut mevzuata uymamasına rağmen kullanmaya itmektedir. Bu durumda ya mevzuata aykırı olarak yapı güçlendirilmeye çalışılmakta veya can ve mal emniyeti açısından riskli olmasına rağmen kullanılmaya devam edilmektedir. Özellikle planlarda sosyal donatı, yol ve yeşil alan gibi fonksiyonlarda kalan taşınmazların ilgili belediyeler tarafından bütçelerin yetersizliği

neden gösterilerek kamulaştırılmamaları, hem maliklerin mağdur olmasına, hem planların, uygulanamamasına, hem taşınmazların bakımsız kalmalarına hem de bu taşınmazların bu şekilde kullanılarak çevre can ve mal güvenliği açısından risk oluşturmalarına neden olmaktadır.

Belediyelerin uygulamada karşılaştıkları bir diğer sorun ise mevzuat kaynaklı sorunlardır. Belediyelerin sadece yapı kontrol birimlerinin iş ve işlemleri ile ilgili onlarca kanun ve yönetmeliğin olması ve bu düzenlemelerin sık sık değişmesi hem kolay anlaşılmasında hem de uygulanmasında sorunların oluşmasına neden olmaktadır.

Kabahatler Kanunu gereği belediyelerin idari yaptırımlarına karşı yargı yolu açık olduğundan (Kabahatler Kanunu, 2005: madde3) hemen tüm belediyelerde yapılan işlemlerle ilgili olarak yargı kaynaklı sorunlar yaşanmaktadır. Elbette ki belediyelerin her türlü işlemi için yargı denetimi elzem bir durumdur. Ancak bazı durumlarda telafisi imkânsız sonuçlar doğuracağından bahisle birçok işlemin yürütmesi mahkemeler tarafından aylarca durdurulduğundan belediyeler büyük sıkıntılarla karşı karşıya kalmaktadır. Bunlardan bazıları imar planları, yapı tatil tutanakları ve riskli yapılar ile ilgili olanlarıdır. Özellikle imar planlarının yürütmelerinin durdurulmaları belediyeleri adeta işlemez hale getirmektedir.

Yargıda birçok işlemin iptaline dayanak olan ‘kamu yararı’ ifadesinin belirli somut bir tanımının olmaması bu noktadaki en büyük sıkıntılardanıdır. Çünkü bu ifade mahkemeler tarafından iptal edilen bazı işlemlerin ana dayanağı olup, soyut bir kavramdır. Bu sorunun varlığı, bu iddia ile bozulan işlemlerin üst makamlarca değerlendirildiğinde hukuka uygun bulunması ile defalarca tescil edilmiştir.

İmar planlarının iptal edilmesi, kanunların kısmen iptal edilmesi, yasal işlemlerin iptal edilmesi, idari para cezalarının iptal edilmesi, kanunda öngörülen cezanın uygulanamaması, yargılamaların uzun sürmesi, personel hakkında soruşturma açılmasının kolaylığı gibi

sorunlar yargı kaynaklı başlıca sorunlardır.

Göç kaynaklı hızlı kentleşme, yıpranmış yapı stokunun fazla olması ve bu yapılarla ilgili işlemlerin zor olması, büyükşehirlerde yapı fiyatlarının astronomik rakamlara ulaşmış olması ve inşaat sektöründe oluşan rant nedeniyle hem mevcut yapılarda hem de ruhsatlı yapılarda plan ve proje dışına çıkılması, şehir merkezlerinde yaya ve araç trafiği gibi nedenlerle yapıların inşa sürelerinin uzamasının hem yapı sahibi yönünden hem de vatandaş yönünden belediyelere getirdiği yük ve sorumluluk, iklim şartlarının yeni yapıların inşa sürelerini uzatması ve mevcut yapıların yıpranmalarına neden olması, sit alanlarının bulunduğu belediyelerde yapılarla ilgili tüm işlemlerde mevzuatların yüklediği sorumluluklar; çevresel faktörler olarak belediyelerin yapı kontrol işlerinde karşılaşılan sorunlardır.

Yurdumuzda olan onca depreme, yıkıma, ölüme ve üzüntüye rağmen binaların güvenliğinin önemi konusundaki bilinçsizlik ve vurdumduymazlık ise bir başka sorundur. Kaldı ki deprem kuşağında olmamızın önlemler konusunda daha duyarlı olmamızı gerektirmesine rağmen yapı denetimi konusundaki bilinçsizlik halen hat safhadadır. Kaliteli yapı konusundaki bilinçlenme bu alandaki denetimin artmasına ve kalitenin istenen standarda ulaşmasına zemin hazırlayacaktır.

Değerlendirme ve Sonuç;

5393 sayılı kanunda belediyelerin görevlerinden yüzeysel olarak bahsedilmektedir. Günümüz belediyeleri ise onlarca konuda hizmet veren devasa yapılardan meydana gelmektedirler. Ancak yerinden yönetim ilkesine göre hizmet veren belediyelerin sunduğu hizmetler ve bu hizmetlerin standardı hakkında herhangi bir kıstas, düzenleme veya tespit bulunmadığından farklı belediyelerde farklı organizasyonlar ve farklı hizmetlerle karşılaşılmaktadır. Belediyelerin bu farklı organizasyonları ve farklı hizmetleri yapı kontrol mekanizmalarında da görülmektedir.

Yapı kontrol işleri ve bu işleri gerçekleştiren mekanizmanın daha sağlıklı bir şekilde işleyişinin sağlanabilmesi için makalede tespiti

yapılan: belediyelerin yapı kontrol işlerinde kendi iç işleyişleri, çevresel faktörler, yapı denetim kuruluşları, müteahhitler, mevzuat, yargı ve bilinçsizlik gibi sorunlar yerel yönetimlerin ilgili birimleri ve özellikle merkezi yönetim ve mahalli idare birlikleri tarafından titizlikle incelenmeli ve acilen çözümler üretilmelidir. Aksi takdirde belediyelerdeki yapı kontrol işlerinin istenen standartlara ulaşması çok zaman alacak hatta bazı durumlarda imkânsız olacaktır. Bu sorunların çözümü hem belediyelerin işlerini ve işleyişini kolaylaştıracak, hem de canlıların daha yaşanabilir bir çevreye kavuşmasına yardımcı olacaktır.

Hızmette kalite, hesap verilebilirlik ve sürdürülebilir gelişme gibi en temel şartların yerine getirilmesi için merkezi yönetimin yerel hizmetlerin türleri ve kriterleri hakkında detaylı bir çalışma ve yasal düzenleme yapması gerektiği değerlendirilmiştir.

Kaynaklar

[1] *Bilgi Edinme Hakkı Kanunu* (2003), Kanun No:4982, Resmi Gazete: 24.10.2003/25269.

[2] *Belediye Kanunu* (2005), Kanun No:5393, Resmi Gazete: 13.07.2005/25874.

[3] *Büyükşehir Belediyesi Kanunu* (2004), Kanun No:5216, Resmi Gazete: 23.07.2004/25531.

[4] *Dilekçe Hakkının Kullanılmasına Dair Kanun* (1984), Kanun No:3071, Resmi Gazete: 10.11.1984/18571.

[5] *Gecekondu Kanunu* (1966), Kanun No:775, Resmi Gazete: 30.07.1966/12362.

[6] *İmar Kanunu* (1985), Kanun No:3194, Resmi Gazete: 09.05.1985/18749.

[7] *Kabahatler Kanunu* (2005), Kanun No:5326, Resmi Gazete: 31.03.2005/25772.

[8] *Koruma Uygulama ve Denetim Büroları, Proje Büroları ile Eğitim Birimlerinin Kuruluş, İzin, Çalışma Usul ve Esaslarına Dair Yönetmelik*(2005), KanunNo:2863, Resmi Gazete: 11.06.2005/25842.

[9] *Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu* (1983), Kanun No:2863, Resmi Gazete: 23.07.1983/18113.

- [10] *Planlı Alanlar Tip İmar Yönetmeliği* (1985), Kanun No:3194, Resmi Gazete: 02.11.1985/18916.
- [11] *Resmi Yazışmalarda Uygulanacak Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik*(2015), KanunNo:3056, ResmiGazete:02.02.2015/29255.
- [12] *Türkiye Cumhuriyeti Anayasası* (1982), Kanun No:2709, Resmi Gazete: 09.11.1982/17863.
- [13] *Yapı Denetimi Hakkında Kanun* (2001), Kanun No:4708, Resmi Gazete: 13.07.2001/24461.
- [14] *Yapı Denetimi Uygulama Yönetmeliği* (2008), Kanun No:4708, Resmi Gazete: 05.02.2008/26778.
- [15] Göymen, K.(1997), *Türkiye’de Kent Yönetimi*, S.22, Boyut Yayınları, İstanbul.
- [16] Gözübüyük, Ş.(1991b), *Yönetim Hukuku*, S.33, Sevinç Matbaası, Ankara.
- [17] Gözübüyük, Ş.(2010a), *Türkiye’nin Yönetim Yapısı*, S.97, Turhan Kitap Evi, Ankara.
- [18] Keleş, R. (2002a), *Kentleşme Politikası*, S.341, İmge Kitabevi, Ankara.
- [19] Keleş, R. (2006c), *Yerinden Yönetim Ve Siyaset*, S.259, Cem Yayınevi, İstanbul.
- [20] Keleş, R. (2014b), *Yerinden Yönetim Ve Siyaset*, S.296, Cem Yayınevi, İstanbul.
- [21] Nadaroğlu, H.(1998), *Mahalli İdareler*, S.22, Beta Yayınevi, İstanbul.
- [22] Ortaylı, İ.(1985), *Tanzimat’tan Cumhuriyete Yerel Yönetim Geleneği*, s.19, Hil Yay., İstanbul.

İnternet Kaynakları

- [23] URL 1- <http://www.elazig.bel.tr/mudurlukler.php?CID=47>, (Erişim tarihi: 5.01.2016).
- [24] URL 2- <http://www.malatya.bel.tr/kategori/535/1/gorev-tanimlari.aspx>, (Erişim tarihi: 15.01.2016).

Yetişkinlerin Psikolojik Yardım Alma Tutumlarının İncelenmesi: Mardin İli Örneği

Pelin ŞİMŞEK

Özet

Bu çalışmanın amacı, Mardin İli Merkez İlçesi'nde yaşayan yetişkinlerin psikolojik yardım almaya yönelik tutumları ile psikolojik yardım alma niyeti, yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve tedavi korkusu değişkenleri arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Araştırma örneklemini, Mardin İli'nin Merkez İlçesi'nde ikamet etmekte olan 100 kadın, 105 erkek olmak üzere toplam 205 yetişkin oluşturmaktadır. Bu çalışmada, "Kişisel Bilgi Formu", "Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum Ölçeği", "Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Niyet Envanteri" ve "Psikoterapi Hakkındaki Düşünceler Ölçeği" olmak üzere toplam dört ölçme aracı kullanılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen veriler, Sosyal Bilimler İstatistik Paket Programı (SPSS) 21.0 ile çözümlenmiştir. Araştırmanın sonucunda; araştırmaya katılanların psikolojik yardım alma niyeti, psikolojik yardım almaya ilişkin tutum ve psikoterapi hakkındaki düşünceleri orta düzeyde olduğu bulunmuştur. Psikolojik yardım alma tutumu ile psikolojik yardım alma niyeti arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır. Buna göre; psikolojik yardım alma niyeti arttıkça psikolojik yardım almaya ilişkin tutum da artmaktadır. Tedavi korkusu ile psikolojik yardım alma tutumu arasında ise herhangi bir ilişki bulunmamaktadır. Psikolojik yardım almaya ilişkin tutum, psikolojik yardım alma niyetini pozitif yönde etkilemektedir. Psikolojik yardım alma niyeti ve psikoterapi hakkındaki düşünceler yaşa ve cinsiyete göre farklılık göstermemektedir. Psikolojik yardım almaya ilişkin tutum cinsiyete ve eğitime göre farklılık göstermezken yaşa göre farklılık göstermektedir ve yaş arttıkça psikolojik yardım almaya ilişkin tutum artmaktadır.

*Psk. Pelin ŞİMŞEK, Mardin Devlet Hastanesi, Tel: 0482 212 10 48, e-mail: pskpelinsimsek@hotmail.com.

Anahtar Kelimeler: *Psikolojik yardım arama tutumu, psikolojik yardım arama niyeti, yetişkin, cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, tedavi korkusu.*

Examination of seeking psychological help attitudes of the adults: Example of Mardin examination

Abstract

The aim of this study is examining the attitudes of the adults living in the central district in Mardin toward seeking psychological help and examining the relationship between the variables that are the intention of seeking psychological help, age, gender, education level, fear of treatment. Research sample is formed by 205 adults including 100 women and 105 men residing in the central district in Mardin province. In this study four measuring tool which are “Personal Information Form”, “Psychological Help Attitude Scale”, “Intention Inventory Related To Psychological Help” and “Thoughts Scale About Psychotherapy”. Data obtained in this study were analyzed by 21.0 Statistical Package for Social Sciences Program (SPSS). At the end of this research, the intention of seeking psychological help, attitudes toward seeking psychological help and thoughts about psychotherapy of those surveyed are found to be intermediate level. There is a positive relationship between the attitude of seeking psychological help and the intention of seeking psychological help. According to this; the intention of seeking psychological help increases and at the same time, attitudes toward seeking psychological help increase, too. There is not any relationship between the treatment fear and the attitude of seeking psychological help. Attitudes toward seeking psychological help affect the intention of seeking psychological help positively. The intention of seeking psychological help and thoughts about psychotherapy show differences according to age and gender. While the attitudes toward seeking psychological help do not vary by gender and education, they vary according to age and while the age is increasing, attitudes toward seeking psychological help are increasing, too.

Keywords: Psychological help seeking attitude, intentions to seek psychological help, adult, gender, age, education level, fear of treatment.

Giriş

İnsanların hayatları boyunca zorluklarla karşılaşması kaçınılmaz bir gerçektir. İnsanlar, karşılaştıkları bu zorlukları çözebilmek için bazen kendi kendilerine yetebilmektedir; ancak bazen de, kendilerine yetemedikleri durumlarda, başka insanlardan yardım isterler. Bu yardım kimi zaman ebeveyn, arkadaş, öğretmen gibi kişinin yakın çevresinde bulunan kaynaklardan, kimi zaman da bir profesyonel çevreden gelebilir (Kalkan ve Odacı, 2005).

Yardım arama davranışı; kişiyi, problemi ve yardım alınacak kaynağı kapsayan çok boyutlu bir davranış örüntüsüdür. İnsanların yardım arama davranışlarına etki eden pek çok faktörden bir tanesi ve belki de en önemli olanı yardım arama tutumlarıdır (Özbay ve ark., 2011).

İnsanların yaşadıkları olaylar karşısında başa çıkamayıp zorluk çektiği durumlarda ya da ruh sağlıklarının bozulmaya başladığını anladıkları durumlarda, bir uzmandan yardım almaya yönelik bilişsel, duyuşsal ve davranışsal eğilimlerden oluşan psikolojik yardım almaya ilişkin tutumları bu yardımı alıp almayacağına karar vermelerinde etkili olabilmektedir (Türküm, 2001).

Çevremize baktığımızda insanların çoğunlukla kendilerini iyi hissettiğini ifade ettiklerini, bir uzmandan yardım almadıklarını, herhangi bir problem yaşadıklarında eş, arkadaş ya da yakın çevresi ile içinde buldukları durumu paylaşarak ya da spor yaparak rahatlama çabalarını görmekteyiz. Eğitim seviyesi yüksek olanlar, maddi imkanları diğerlerine göre daha iyi olanlar, aile içinde ya da yakın çevresinde psikolojik yardım alanlar, yaşadıkları problemleri çevresiyle rahatlıkla paylaşabilenler, çözüme kavuşmayan sorunlar yaşadıklarında uzman birinden yardım alma ihtiyacı hisseden ve bu durumla tek başına başa çıkamayacağını kabul edenlerde profesyonel yardım alma eğilimi diğerlerine göre çok daha yüksektir. (Arslantaş ve ark., 2011).

Psikolojik yardım arama davranışı, içinden çıkılamayan problemin çözüme kavuşması, yaşanan problemi ilgilendiren uzman ruh sağlığı

birimlerine geç kalınmadan ulaşılarak zamanında müdahale edilmesi bakımından önemlidir. İnsanların ihtiyaç duyduklarında psikolojik yardım almak için bir uzmana danışması, danışma sürecine karar vermesine engel olan faktörlerin araştırılması ve kişiyi engelleyen sebepleri varsa bunların ortaya çıkarılıp ortadan kaldırılması ile sağlanabilir. Tüm bu sebepler nedeniyle psikolojik yardım arama davranışının ve bu davranışı etkileyen faktörlerin araştırılması önemlidir (Bicil, 2012).

Bu noktadan hareketle; araştırmada, Mardin’de yaşayan yetişkinlerin psikolojik yardım arama tutumlarının psikolojik yardıma ilişkin niyetlerine, cinsiyetlerine, yaşlarına, eğitim düzeylerine ve tedavi korkularına göre değişip değişmediğinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Yöntem

Çalışma Grubu

Bu araştırmanın çalışma grubunu Mardin İli’ nin Merkez İlçesi’nde ikamet eden, rastlantısal olarak seçilmiş 18-65 yaş arası 100 kadın ve 105 erkek olmak üzere toplam 205 yetişkin oluşturmaktadır.

Veri Toplama Araçları

Araştırmaya katılan yetişkinlerin; psikolojik yardıma ilişkin niyetleri “Psikolojik Yardım Alma Niyeti Envanteri (PYANE)”, psikolojik yardıma ilişkin tutumları “Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum Ölçeği-Kısa Form (PYAİTÖ-KF)”, tedavi korkuları “Psikoterapi Hakkında Düşünceler Ölçeği (PHDÖ) ve diğer demografik bilgiler ise “Kişisel Bilgi Formu” ile ölçülmüştür.

Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum Ölçeği – Kısa Form: Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum Ölçeği – Kısa Form, özgün şekilde oluşturulan 29 maddeden oluşan Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum Ölçeği’ nin (Attitudes Toward Seeking Psychological Professional Help Scale, Fischer & Turner, 1970) kısaltma yapılarak oluşturulmuş halidir. Özgün ölçek baz alınarak oluşturulmuş bu

form toplamda 10 maddedir (Topkaya, 2011).

Psikolojik Yardım Alma Niyeti Envanteri: Psikolojik Yardım Alma Niyeti Envanteri (PYANE), Topkaya' nın çalışmalarıyla oluşturulmuştur. Ölçeği oluşturmak için literatür taranmış, tarama sonucunda psikolojik yardım alma niyetinin, psikolojik destek verilmesi ile danışanlara yardım edilebilecek problemler aracılığı sayesinde tespit edilebildiği sonucuna ulaşılmıştır (Topkaya, 2011). Böylelikle, kişilerin karşı karşıya gelebilecekleri ve psikolojik destek ihtiyacı hissedecekleri muhtemel problemlerin neleri içereceğine dair literatür taraması yapılmış, envanterin madde sayısı 12 olarak belirlenmiştir (Topkaya, 2011).

Psikoterapi Hakkındaki Düşünceler Ölçeği: Psikoterapi Hakkındaki Düşünceler Ölçeği (PHDÖ) (Kushner & Sher, 1989), insanların psikolojik destek almaya karar verdikleri zaman içinde buldukları korkuyu ölçebilmek için oluşturulmuş bir ölçme metodudur. Bu ölçek, her biri 7 madde olmak üzere *terapist tepkisi* (terapist tarafından danışana verilecek tepkiyle ilişkili korku) ve *imaj problemi* (psikolojik destek alan danışanın dışarıdan olumsuz algılanmasında dair korku), 5 madde olmak üzere *zorlanma problemi* (görüşmeler esnasında düşünmekten ve yapmaktan kaçındığı şeyleri sergilemek adına zora koşulmak) alt ölçekleri ile toplamda 3 alt ölçek ve 19 maddeden oluşur.

Kişisel Bilgi Formu: Katılımcıların demografik bilgileri, araştırmacı tarafından hazırlanan “Kişisel Bilgi Formu” ile elde edilmiştir. Kişisel Bilgi Formu’ nda cinsiyet, yaş, ailenin aylık ortalama geliri, algılanan sosyo-ekonomik düzey, kişinin eğitim düzeyi, daha önce kendisi için psikolojik yardım alıp almadığı, aldıysa kimden aldığı, psikolojik yardım alan birini tanıyıp tanımadığı ve eğer tanıyorsa psikolojik yardımın bu kişiye ne düzeyde yardımcı olduğu ile ilgili sorular bulunmaktadır.

İşlem

Verilerin analizi Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paket Programı (SPSS)

21.0 ile yapılmış ve %95 güven düzeyinde çalışılmıştır. Analizlerde uygun test seçimi normallik testi sonucuna göre belirlenmiştir. Yapılan Shapiro-Wilk normallik testi sonucu ölçek puanlarının normal göstermediği belirlenmiş ve bu sebeple analizlerde parametrik olmayan testlerin kullanılmasına karar verilmiştir.

Çalışmada ölçek puanlarının birbiri ile ilişkisi korelasyon testi, birbirine etkisi ise regresyon testi ile analiz edilmiştir. Ölçek puanlarının demografik özelliklere göre farklılık gösterme durumu ise 2 gruplu değişkenler için Mann Whitney, 3 ve daha fazla gruplu değişkenler için Kruskal Wallis testi ile analiz edilmiştir.

Bulgular

Bu bölümde toplanan verilerin istatistiksel analizi sonucu elde edilen bulguların açıklamasına yer verilmiştir.

Tablo 1: Kişisel bilgiler

		n	%
Yaş	24 yaş ve altı	60	29,3
	25-30 yaş	45	22,0
	31-35 yaş	35	17,1
	36-40 yaş	28	13,7
	41-45 yaş	20	9,8
	46 yaş ve üstü	17	8,3
Cinsiyet	Kadın	100	48,8
	Erkek	105	51,2

Eğitim	Okuryazar	1	,5
	İlkokul mezunu	5	2,4
	Ortaokul mezunu	13	6,3
	Lise mezunu	80	39,0
	Ön lisans mezunu (2 yıllık)	46	22,4
	Lisans mezunu (4 yıllık)	49	23,9
	Yüksek lisans ve üzeri	11	5,4

Tablo 1’ de verilen analiz sonuçlarına göre; katılımcılardan 24 yaş ve altındakilerin oranı %29,3; 25-30 yaşındakilerin %22,0; 31-35 yaşındakilerin %17,1; 36-40 yaşındakilerin %13,7; 41-45 yaşındakilerin %9,8; 46 yaş ve üstündekilerin oranı ise %8,3’tür. Katılımcılardan %48,8’i kadın iken %51,2’si erkektir. Katılımcılardan okuryazar olanların oranı %0,5; ilkokul mezunlarının %2,4; ortaokul mezunlarının %6,3; lise mezunlarının %39,0; ön lisans mezunlarının %22,4; lisans mezunlarının %23,9; yüksek lisans ve üzeri mezunlarının oranı ise %5,4’tür.

Tablo 2: Ölçeklerin normallik testleri

	Shapiro-Wilk		
	İstatistik	s.d.	p
Psikolojik Yardım Alma Niyeti	,972	205	,000*
Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum	,929	205	,000*
Psikoterapi Hakkındaki Düşünceler	,973	205	,001*

*p<0,05

Tablo 2’ de bahsedilen ölçek puanları için yapılan normallik testi sonuçlarına göre Psikolojik Yardım Alma Niyeti Envanteri, Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum Ölçeği ve Psikoterapi Hakkındaki Düşünceler Ölçeği puanlarının karşılaştırma analizlerinde normal dağılım göstermemeleri nedeniyle karşılaştırma analizlerinde parametrik olmayan istatistiksel yöntemler kullanılmıştır.

Psikolojik Yardım Alma Niyeti ve Tedavi Korkusu Değişkenlerinin Psikolojik Yardım Alma Tutumuna Etkisi:

Tablo 3: Ölçeklerin ilişki analizleri

		Psikolojik Yardım Alma Niyeti	Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum	Psikoterapi Hakkındaki Düşünceler
Psikolojik Yardım Alma Niyeti	<i>r</i>	1	,336**	-,018
	<i>p</i>		,000	,795
	<i>n</i>	205	205	205
Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum	<i>r</i>		1	,017
	<i>p</i>			,813
	<i>n</i>		205	205
Psikoterapi Hakkındaki Düşünceler	<i>r</i>			1
	<i>p</i>			
	<i>n</i>			205

** $p < 0,01$

Yapılan korelasyon analizi sonucunda; Psikolojik Yardım Alma Niyeti ile Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($r = ,336$; $p < 0,05$). Psikoterapi Hakkındaki Düşünceler ile Psikolojik Yardım Alma Niyeti ve Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum arasında bir ilişki bulunmadığı ($p > 0,05$) Tablo 3’ te görülmektedir.

Tablo 4: Modellerinin regresyon katsayısı ve istatistikleri

		Değişkenler	F	p	B	s.s.	β	t	p	R ²
Psikolojik Yardım Alma Niyeti	Model 1	Sabit	37,28	,000*	12,863	2,793		4,606	,000*	0,155
		Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum			,664	,109	,394	6,106	,000*	
	Model 2	Sabit	18,80	,000*	13,858	3,184		4,352	,000*	0,157
		Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum			,661	,109	,392	6,063	,000*	
		Psikoterapi Hakkındaki Düşünceler			-,019	,030	-,042	-,653	,514	

*p<0,05

Model 1’de Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutumun Psikolojik Yardım Alma Niyetini etkileme durumunun incelenmesi amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 4’ te verilmiştir. Analiz sonucuna göre kurulan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Modelde katsayı incelendiğinde Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutumun Psikolojik Yardım Alma Niyetini olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir ($\beta=,394$; $p<0,05$). Psikolojik Yardım Alma Niyetindeki değişimin %15’i Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum tarafından açıklanmaktadır.

Model 2’de Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum ve Psikoterapi Hakkındaki Düşüncelerin Psikolojik Yardım Alma Niyetini etkileme durumunun incelenmesi amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 4’ te verilmiştir. Analiz sonucuna göre kurulan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Modelde katsayı incelendiğinde psikolojik yardım almaya ilişkin tutumun psikolojik yardım alma niyetini olumlu yönde etkilediği ($\beta=,392$; $p<0,05$); Psikoterapi Hakkındaki Düşüncelerin ise etkilemediği ($p>0,05$) belirlenmiştir. Psikolojik Yardım Alma Niyetindeki değişimin %16'sı Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum tarafından açıklanmaktadır.

Yaş Değişkeninin Psikolojik Yardım Alma Tutumuna Etkisi

Tablo 5' te görüldüğü gibi; yaşı farklı olan gruplar için yapılan Kruskal Wallis Testi' ne göre; yaş grupları ile Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum puanı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır. Buna göre 41-45 yaşındakilerin Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum puanları daha yüksektir. Yaş grupları ile Psikolojik Yardım Alma Niyeti ve Psikoterapi Hakkında Düşünceler puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Tablo 5: Yaş gruplarının ölçekler ile karşılaştırılması

Yaş		n	Sıra ort.	X2	p
Psikolojik Yardım Alma Niyeti	24 yaş ve altı	60	105,06	0,240	,999
	25-30 yaş	45	100,98		
	31-35 yaş	35	104,23		
	36-40 yaş	28	99,91		
	41-45 yaş	20	104,65		
	46 yaş ve üstü	17	101,71		

Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum	24 yaş ve altı	60	95,58	11,846	,037*
	25-30 yaş	45	83,40		
	31-35 yaş	35	114,27		
	36-40 yaş	28	117,98		
	41-45 yaş	20	124,98		
	46 yaş ve üstü	17	107,35		
Psikoterapi Hakkındaki Düşünceler	24 yaş ve altı	60	107,90	4,821	,438
	25-30 yaş	45	111,09		
	31-35 yaş	35	102,44		
	36-40 yaş	28	82,02		
	41-45 yaş	20	103,55		
	46 yaş ve üstü	17	99,35		

*p<0,05

Cinsiyet Değişkeninin Psikolojik Yardım Alma Tutumuna Etkisi

Tablo 6: Cinsiyet gruplarının ölçekler ile karşılaştırılması

Cinsiyet		n	Sıra Ort.	U	p
Psikolojik Yardım Alma Niyeti	Kadın	100	107,19	4831,5	,324
	Erkek	105	99,01		
Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum	Kadın	100	100,43	4993,0	,543
	Erkek	105	105,45		
Psikoterapi Hakkındaki Düşünceler	Kadın	100	110,72	4478,5	,069
	Erkek	105	95,65		

Cinsiyeti farklı olan gruplar için yapılan Mann Whitney Testi' ne göre; cinsiyet grupları ile Psikolojik Yardım Alma Niyeti, Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum ve Psikoterapi Hakkında Düşünceler puanları arasında istatistiksel anlamlı bir fark bulunmadığı ($p>0,05$) Tablo 6' da görülmektedir.

Eğitim Durumu Değişkeninin Psikolojik Yardım Alma Tutumuna Etkisi

Tablo 7: Eğitim durumu gruplarının ölçekler ile karşılaştırılması

Eğitim		n	Sıra Ort.	X2	p
Psikolojik Yardım Alma Niyeti	İlköğretim mezunu	19	97,68	4,985	,289
	Lise mezunu	80	110,31		
	Ön lisans mezunu (2 yıllık)	46	87,55		
	Lisans mezunu (4 yıllık)	49	104,99		
	Yüksek lisans ve üzeri	11	114,77		
Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum	İlköğretim mezunu	19	128,76	6,024	,197
	Lise mezunu	80	105,54		
	Ön lisans mezunu (2 yıllık)	46	92,34		
	Lisans mezunu (4 yıllık)	49	102,35		
	Yüksek lisans ve üzeri	11	87,55		
Psikoterapi Hakkındaki Düşünceler	İlköğretim mezunu	19	113,87	12,757	,013*
	Lise mezunu	80	116,50		
	Ön lisans mezunu (2 yıllık)	46	82,95		
	Lisans mezunu (4 yıllık)	49	91,69		
	Yüksek lisans ve üzeri	11	120,27		

*p<0,05

Eğitim durumu farklı olan gruplar için yapılan Kruskal Wallis Testi' ne göre; eğitim durum grupları ile Psikoterapi Hakkındaki Düşünceler puanı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır. Tablo 7' ye göre; yüksek lisans ve üstü mezunların Psikoterapi Hakkındaki Düşünceler puanı daha yüksektir. Eğitim durum grupları ile Psikolojik Yardım Alma Niyeti ve Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum puanları arasında istatistiksel anlamlı bir fark bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Tartışma ve Sonuç

Yapılan bu araştırmada; yetişkinlerin psikolojik yardım alma tutumlarının cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, tedavi korkusu ve psikolojik yardım alma niyeti değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık göstereceği hipotezleri savunulmuştu. Ancak elde edilen bulgular sonucunda tedavi korkusu, cinsiyet ve eğitim düzeyi değişkenlerine bağlı olarak yardım alma tutumunun değişiklik gösterdiği hipotezleri çürütülmüştür. Yaş değişkeni ve psikolojik yardım alma niyetine bağlı olarak yardım alma tutumunun anlamlı bir farklılık göstereceği hipotezleri ise doğrulanmıştır.

Araştırmanın *cinsiyet* değişkenine bağlı olarak ortaya çıkan sonuçlarına bakıldığında; psikolojik yardım alma tutumları açısından kadınlar ve erkekler arasında bir farklılık bulunamamıştır. Wyatt (2006), Chang (2007), Thao (2004), Ang, Lim ve Tan (2004), Komiya, Good ve Sherrod (2000), Keklik (2009) tarafından yapılan çalışmalara bakıldığında genellikle erkeklerin kadınlara oranla yardım arama davranışının daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Zhang ve Dixon (2003), Arslantaş (2003), Annaberdiyev (2006) tarafından yapılan çalışmalarda ise cinsiyetin, yardım alma tutumunda, yordayıcı olmadığı sonucuna rastlanmıştır.

Araştırmanın *yaş* değişkenine bağlı olarak ortaya çıkan sonuçlarına bakıldığında; yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa rastlanmaktadır. Özellikle 31-45 yaş arası yetişkinlerin yardım alma tutumlarının diğer yaşlara oranla çok daha olumlu olduğu yönünde sonuca ulaşılmıştır. Literatür tarandığında Deane

ve Chamberlain (1994), Oliver, Pearson, Coe ve Gunnell (2005), Shin, Berkson ve Crittenden (2000), Thao (2004) tarafından yapılan araştırmalar gösteriyor ki, yaşa bağlı olarak psikolojik yardım alma tutumu değişiklik göstermektedir;

Araştırmanın *eğitim düzeyleri* değişkenine bağlı olarak ortaya çıkan sonuçlarına bakıldığında; eğitim düzeyleri arasında psikolojik yardım alma tutumları açısından anlamlı bir farklılık olmadığı saptanmıştır. Literatür tarandığında ise, Khoie (1999), Shin, Berkson ve Crittenden (2000), Komiya, Good ve Sherrod (2000) tarafından yapılan araştırmalarda eğitim düzeyi arttıkça psikolojik yardım alma tutumunun pozitif yönde etkilendiği görülmektedir. Araştırmanın hipotezini destekleyen Thao' nun (2004) alışmasında da eğitim seviyesinin psikolojik yardım alma tutumuna etki etmediği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmanın *psikolojik yardım alma niyeti* değişkenine bağlı olarak ortaya çıkan sonuçlarına bakıldığında; psikolojik yardım almaya yönelik niyete göre yardım alma tutumunun farklılık gösterdiği, psikolojik yardım alma niyetinin psikolojik yardım almaya ilişkin tutumunu olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir. Yapılan araştırmalara bakıldığında; Goddard (2002), Codd ve Cohen (2003), Vogel ve Wei (2005), Christopher, Skillman, Kirkhart ve D'Souza (2006), Bathje ve Pryor (2011), Harewood (2009) tarafından yapılan araştırmalarda da benzer bulgulara rastlanmıştır.

Araştırmanın *tedavi korkusu* değişkenine bağlı olarak ortaya çıkan sonuçlarına bakıldığında; psikolojik yardım arama tutumu ile tedavi korkusu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Araştırmanın aksine literatürdeki Kushner ve Sher (1989), Deane ve Chamberlain (1994), Deane ve Todd (1996), Carlson (2001), Zartaloudi ve Madianos (2010) tarafından yapılan araştırmalarda, tedavi korkusunun artmasıyla psikolojik yardım alma tutumunun olumsuz yönde davranış sergilenmesine neden olduğu görülmektedir. Yapılan bu araştırmada; psikolojik yardım alma tutumunun tedavi korkusu, cinsiyet ve eğitim düzeyine göre farklılıklar

göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Yurt içinde ve yurt dışında yapılmış benzer diğer araştırmalarla karşılaştırıldığında farklı sonuçlara ulaşılmasının sebebi olarak, araştırma yapılan bölgenin etnik yapısına ve sosyal etmenlere bağlı olarak farklılık göstermiş olabileceği düşünülmektedir. Araştırmanın yapıldığı dönemde Güneydoğu Anadolu Bölgesi' nin yaşamış olduğu olaylar gözden geçirildiğinde terör bölgesi konumunda olduğu söylenebilir. Sokağa çıkma yasakları – zorunlu göçler, güvenlik güçleri araçları (kirpi, helikopter, tank...vs.), bombalı saldırıya maruz kalmış lojmanlar, El Yapımı Patlayıcı ile patlatılmış yollar, personel servislerine düzenlenen saldırılar, şehit cenazeleri, ambulans siren sesleri, cenaze konvoy sesleri, şehit cenazesi törenleri, lojmanlar önündeki güvenlik önlemleri (beton bloklar, beş gözlü engeller...vs.), okullara yapılan saldırılar göz önüne alındığında cinsiyet - tedavi korkusu - eğitim düzeyine bakılmaksızın herkesin psikolojik yardım alma tutumu sergilemesi kaçınılmaz son olarak görülmektedir.

Terör olaylarının olmadığı, hayatın normal rutinde devam ettiği varsayılacak olursa Mardin' de yaşayan yetişkinlerin psikolojik yardım alma ihtiyacı hissedip hissetmeyeceği sorgulanması gereken bir sorudur. Şehrin yapısı incelendiğinde psikolojik danışmanlık merkezi ya da herhangi bir psikiyatristin özel bir kliniği olmadığı görülmektedir. Özel hastanelerde de psikolog ya da psikiyatrist bulunmamaktadır. Sadece devlet hastanelerinde hem psikiyatrist hem de psikolog bulunmaktadır. Bu noktadan hareketle bu şehirde yaşayan insanların sorunlarıyla nasıl başa çıktığı sorusu gündeme gelmektedir.

Mardin' in etnik yapısı incelendiğinde, genellikle kalabalık aileler göze çarpmaktadır. Çekirdek aile en az altı kişiden oluşmakta, aynı zamanda aile büyükleriyle aynı evde yaşadığı için bu sayı daha da çoğalmaktadır. Aynı zamanda eski yapılar birkaç tane evin aynı avluya bakması şeklinde mimariye sahip olduğu için komşuluk ilişkilerinin ileri düzeyde olması, sorunların paylaşılarak kaygının azaltılmasına kolaylık sağlamaktadır.

Bu noktada sosyal desteğin stresi azaltmada önemli bir rol oynadığı,

hatta stresin ortaya çıkmasına bile engel olduğu söylenebilir. Sosyal desteği fazla olan kişiler, terör olayları gibi travmatik bir olay yaşadıklarında dahi, durumla daha kolay başa çıkabilmektedirler. Sosyal desteğin olumsuz olaylarda, kriz durumlarında ve zorlu yaşantılarda ruh sağlığını koruyucu bir role sahip olduğunu söylenebilir (Gökler, 2007).

Mardin'in çok kültürlü bir şehir olması nedeniyle farklı gelenek ve dini görevlerin yerine getirilmesi konusundaki çeşitlilik, bu kentte yaşayanların inanç sistemleri doğrultusundaki ritüellerini yerine getirmeleri konusunda duyarlı bir tutum sergilemelerini sağlamaktadır. Türbe ziyaretleri, ayinler ve günah çıkarma...vb. gibi sergilenen davranışlar psikolojik destek alma ihtiyacından önce akla gelmektedir.

İnsanlar yaşadıkları olumsuz olaylar ya da kriz durumlarında farklı yollarla baş etme stratejileri sergilerler. Ruhsal sağlıklarını dengede tutmak için kimi dua eder, kimi bir yakınıyla paylaşımında bulunur, kimi fiziksel aktivitelere yönelir. İnanç yolu, insanların baş etme stratejilerinin başında gelmektedir. İnsan çevresinde gelişen olayları ve kendisini etkileyen durumları anlamlandırmada bir noktadan sonra yetersiz hissedebilmektedir. Böyle durumlarda kişi yaşadığı stres ve gerilimi hafifletmek amacıyla şimdiye kadar kullanılmakta olan veya kişinin kendisinin ortaya çıkardığı bir takım inanç kanallarına başvurabilmektedirler (Ürkmez, 2001).

Bölgede rastlanan bir başka rahatlama biçimi ise 'şeyhler' dir. Şeyhler; Arap kültüründe üst düzey makama sahip kişilere verilen unvandır. Aşiretin başındaki kişi olarak da düşünülebilir. Çok fazla ve farklı aşiret yapısı söz konusu olan şehirde insanlar herhangi bir problemle karşılaştıklarında bahsi geçen şeyhlere gitmektedirler. Bu bölgede şeyhler toplum otoritesini temsil ettiklerinden, bir otorite tarafından kabul görme ve/veya onay ihtiyacını bu yolla gidermektedirler.

Eğitim seviyesi anlamında hala eksiklikler yaşandığı, özellikle orta yaş ve üzeri kişilerin zamanında okula gönderilmemesinden

kaynaklı bilgi eksikliği yaşandığı göz önüne alınırsa, bu kişilerin hali hazırda psikolojik yardım alma kavramıyla tanışıklığı olmadığı için, herhangi bir problem yaşadığında yardım alması gerektiğini bilmediğinden sorunu kendi kendine çözmeye çalıştığı ya da en yakın çevresiyle paylaştığı düşünülmektedir.

İnsanlar çevrelerinde psikolojik yardım alan kişilere çok fazla rastlamadıkları ve bu kavramın tam olarak neyi kastettiğini bilmedikleri için, toplumda genel bir kanı olan ‘psikoloğa / psikiyatriste giden delidir’ damgalanmasından da korktukları için ihtiyaçlarının farkında olsalar da, hatta destek almak isteseler de bu damgalanma korkusu yüzünden isteklerini dile getirememekte, gerekli adımları atamamakta oldukları varsayılmaktadır. Aynı zamanda psikolojik yardım alsa bile, yardım alacağı kişiye anlatacaklarının gerçekten aralarında kalıp kalmayacağı (gizlilik ilkesi), anlattıklarının karşısındaki kişi tarafından saçma ve gülünç bulunabileceği ya da anlaşılamayacağı düşünceleriyle de profesyonel destek almak isteseler de benzeri kaygılar nedeniyle gitmekten vazgeçtikleri de düşünülebilir.

Hastanelerde psikolog ve psikiyatriste başvuran hasta popülasyonu incelendiğinde; yardım almaya ihtiyaç duyan insanların başvurularından ziyade, engelli raporu alarak bakıcı maaşı alabilmek ya da zeka geriliği olan çocuklarını normal okullara gidemediği için rehabilitasyon merkezlerinde eğitim almasını sağlayabilmek amaçlı başvurular söz konusu olduğu görülmektedir.

Yapılan araştırma neticesinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

- ✓ Araştırmaya katılanların psikolojik yardım alma niyeti, psikolojik yardım almaya ilişkin tutum ve psikoterapi hakkındaki düşünceleri orta düzeydedir.
- ✓ Psikolojik yardım alma tutumu ile psikolojik yardım alma niyeti arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır. Buna göre; psikolojik yardım alma niyeti arttıkça psikolojik yardım almaya ilişkin tutum da artmaktadır. Tedavi korkusu ile psikolojik yardım alma tutumu arasında ise herhangi bir

ilişki bulunmamaktadır.

- ✓ Psikolojik yardım almaya ilişkin tutum, psikolojik yardım alma niyetini pozitif yönde etkilemekte ve psikolojik yardım almaya ilişkin tutumdaki 1 puanlık artış psikolojik yardım alma niyetinde 12,9 puanlık artış sağlamaktadır.
- ✓ Psikolojik yardım alma niyeti ve psikoterapi hakkındaki düşünceler yaşa ve cinsiyete göre farklılık göstermemektedir.
- ✓ Psikolojik yardım almaya ilişkin tutum cinsiyete ve eğitime göre farklılık göstermezken yaşa göre farklılık göstermektedir ve yaş arttıkça psikolojik yardım almaya ilişkin tutum artmaktadır.

Sonuçlar Mardin İli'nin koşulları içinde tartışılmış olup, bu koşullar kapsamında benzer bölge illerinde de model çalışmalara öncülük edeceği düşünülmektedir.

Kaynaklar

- [1] Ang, R. P., Lim, K. M., ve Tan, A. G. (2004). Effects Of Gender And Sex Role Orientation On Help-Seeking Attitudes. *Current Psychology*, 23(3), 203-214.
- [2] Annaberdiyev, D. (2006). Türkiye’de Eğitim Gören Türk Cumhuriyetleri ve Türk Üniversite Öğrencilerinin Psikolojik Yardım Arama Tutumları, Psikolojik İhtiyaçları ve Psikolojik Uyumlarının Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, İzmir.
- [3] Arslantaş, H. (2003). Yetişkinlerde Profesyonel Psikolojik Yardım Arama Tutumu ve Bunu Etkileyen Faktörler. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- [4] Arslantaş, H., Dereboy, İ. F., Aştı, N., Pektekin, Ç. (2011). Yetişkinlerde Profesyonel Psikolojik Yardım Arama Tutumu ve Bunu Etkileyen Faktörler, Adnan Menderes Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi, Sayı 12(1), s. 17-23.
- [5] Bathje, G. J., ve Pryor, J. B. (2011). The Relationships Of Public And Self-Stigma To Seeking Mental Health Services. *Journal Of Mental Health Counseling*, 33(2), 161- 176.
- [6] Bicil, B. (2012). Yetişkinlerin Psikolojik Yardım Arama

Niyetlerinin İncelenmesi: İzmir İli Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir.

[7] Carlson, J. M. (2001). Two casual models of white male psychological help-seeking attitudes and preferences for psychotherapy. Yayınlanmamış doktora tezi, Pennsylvania Üniversitesi, Pennsylvania.

[8] Chang, H. (2007). Psychological Distress And Help-Seeking Among Taiwanese College Students: Role Of Gender And Student Status. *British Journal Of Guidance & Counselling*, 35(3), 347-355.

[9] Christopher, M. S., Skillman, G. D., Kirkhart, M. W., D'souza, J. B. (2006). The Effect Of Normative And Behavioral Persuasion On Help Seeking In Thai And American College Students. *Journal Of Multicultural Counseling And Development*, 34, P. 80-93.

[10] Codd, R. T. & Cohen, B. N. (2003). Predicting College Student İntention To Seek Help For Alcohol Abuse. *Journal Of Social And Clinical Psychology*, 22(2), 168-191.

[11] Deane, F. P., & Chamberlain, K. (1994). Treatment fearfulness and distress as predictors of professional psychological help-seeking. *British Journal of Guidance and Counseling*, 22, 207–217.

[12] Deane, F. P., & Todd, D. M. (1996). Attitudes and intentions to seek Professional psychological help for personal problems or suicidal thinking. *Journal of College Student Psychotherapy*, 10, 45–59.

[13] Fischer, E. H. ve Turner, J. L. (1970). Development And Research Utility Of An Attitude Scale. *Journal Of Consulting And Clinical Psychology*, 35, S. 79-90.

[14] Goddard, E. (2002). Using The Theory Of Reasoned Action To Predict Undergraduate And Graduate Student Help-Seeking İntentions: The Effects Of Attitudes, Subjective Norms, Referral Of Others, And Gender. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kansas Üniversitesi, Kansas.

[15] Gökler, I. (2007). “Çocuk ve Ergenler için Sosyal Destek Değerlendirme Ölçeği Türkçe Formunun Uyarlama Çalışması: Faktör Yapısı, Geçerlik ve Güvenirliği”, *Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi*, 14(2), s. 90-99.

[16] Harewood, J. E. (2009). Social And Personal Determinants

Of Help-Seeking Intentions Among Black College Students. Yayınlanmamış Doktora Tezi, New York Eyalet Üniversitesi, New York.

[17] Kalkan, M., Odacı, H. (2005). “Cinsiyet Ve Cinsiyet Rolünün Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutumlarla İlişkisi”, Türk Psikolojik Danışma Ve Rehberlik Dergisi, Cilt 3, Sayı 23, s. 57-64.

[18] Keklik, İ. (2009). Attitudes Toward Seeking Professional Psychological Help: A Comparative Study Of Turkish And American Graduate Students. Eğitim Araştırmaları-Eurasian Journal Of Educational Research, 37, 159-173.

[19] Khoie, K. (2002). Predictors Of Attitudes Of Iranian Males Toward Seeking Psychological Help. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Uluslar Arası Alliant Üniversitesi, Los Angeles.

[20] Komiya, N., Good, G. ve Sherrod, N. (2000). Emotional Openness As A Predictor Of College Students' Attitudes Toward Seeking Psychological Help. Journal Of Counseling Psychology, 47(1), 138-143.

[21] Kushner, M. G. & Sher, K. J. (1989). Fears of psychological treatment and its relation to mental health service avoidance. Professional Psychology: Research and Practice, 20, 251-257.

[22] Oliver, M. I., Pearson, N., Coe, N. ve Gunnell, D. (2005). Help-Seeking Behaviour İn Men And Women With Common Mental Health Problems: Cross-Sectional Study. The British Journal Of Psychiatry, 186, 297-301.

[23] Özbay, Y., Terzi, Ş., Erkan, S., Çankaya, Z. C. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Profesyonel Yardım Arama Tutumları, Cinsiyet Rollerini ve Kendini Saklama Düzeyleri, Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi, Cilt: 1, Sayı 4, s. 59-71..

[24] Shin, J. Y., Berkson, G. ve Crittenden, K. (2000). Informal And Professional Support For Solving Psychological Problems Among Korean- Speaking Immigrants. Journal Of Multicultural Counseling And Development, 28, 144-160.

[25] Thao, D. D. (2004). Gender And Acculturation As Predictors Of Attitudes Toward Seeking Professional Psychological Help Among The Hmong Community. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Uluslar Arası Alliant Üniversitesi, California Profesyonel Psikoloji Okulu,

Fresno.

[26] Topkaya, N. (2011). Psikolojik Yardım Alma Niyetinin Sosyal Damgalanma, Tedavi Korkusu, Beklenen Yarar, Beklenen Risk Ve Tutum Faktörleriyle Modellenmesi, Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir.

[27] Türküm, S. (2001). Stresle Başa Çıkma Biçimi, İyimserlik, Bilişsel Çarpıtma Düzeyleri ve Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutumlar Arasındaki İlişkiler: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 1(2), s. 1-16.

[28] Ürkmez, N. (2001). “Acil Durumlara Müdahale ve Baş etme Kaynakları”, Yöret Postası, Sayı 16.

[29] Wyatt, C. A. (2006). Welfare Status, Gender, And The Utilization Of Marital Counseling Services. Ms Thesis. Utah State University, Logan, Utah.

[30] Vogel, D. L. ve Wei, M. (2005). Adult Attachment And Help-Seeking İntent: The Mediating Roles Of Psychological Distress And Perceived Social Support. Journal Of Counseling Psychology, 52(3), 347–357.

[31] Zartaloudi, A., & Madianos, MG. (2010). Mental health treatment fearfulness and help seeking [Ozet]. Issues Mental Health Nursing, 31(10), 662-669.

[32] Zhang, N. ve Dixon, D. N. (2003). Acculturation And Attitudes Of Asian İnternational Students Toward Seeking Psychological Help. Journal Of Multicultural Counseling And Development, 31, Pp. 205-222.

Küreselleşme Sürecinde Sporun Genel Bir Değerlendirmesi

Sinan ÇIRKA

Özet

Tanım olarak küresel kelimesinin geçmişi 400 yıl eskiye dayansa da, “Küreselleşme” olgusu oldukça yeni bir kavramdır. İlk olarak 1960’larda ortaya çıkmış 1980’lerin ikinci yarısı boyunca kelimenin kullanımı hızla artmıştır. Küreselleşme olgusu, dünyayı tek ve büyük bir pazar olarak görür. Bu süreçte bilgi ve iletişim teknolojileri başta güncel hayat, toplumsal kültür gibi hayatımızın her alanını etkilemektedir. Küreselleşmenin olumsuz etkileri ise en fazla gelişmekte olan ülkeler üzerinde görülmekte olup, bu durum günümüzde yoğun şekilde tartışılmaktadır. Spor günümüzde insanın boş zamanlarında sağlıklı olmak, aynı zamanda eğlenmek ve boş zamanlarını değerlendirmek amaçlı gelişen bir hayat biçimidir. Küreselleşme sürecinde spor, iletişim ve teknolojideki yeni gelişmelerle birleştirilerek sunulmaktadır. Küreselleşme ile ne kadar çok spor izleyicisi olursa artık birer işletme olan spor kulüplerinin gelir ögeleri de o kadar artacaktır. Spor kulüpleri ve spor organizasyonları için gelir ögesi sadece izleyici sayısı olmayıp, medya yayınları, reklâm ve TV gelirleri, sponsorlar gibi diğer gelir unsurları ile uzayıp gitmektedir. Birinci Dünya Savaşı’nın başlaması ve Sovyetler Birliği’nde sosyalizmin kurulması ile kapitalizmin yayılması kesintiye uğramıştır. 1980’li yılların sonunda Sovyetler Birliği’nin yıkılması ile küreselleşme yeni bir boyut kazanmıştır. Küreselleşme ile çok uluslu şirketlerin sayısının artışı spora da yansımaktadır. Bu makalede sporun önemi, toplumsal işlevleri ve küreselleşme sürecinde spor genel olarak ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, ekonomi, spor, spor endüstrisi
An overview of the sports within the globalization process

Abstract

Although history of description of the word “Global” dates back to 400 years ago, the “Globalization” effect is quite a new concept. Appearing first in 1960’s, it became more popular and more frequently used in the second half of 1980’s. The globalization effect accepts the world as a huge and one single market. In this process – particularly the information and communication technologies - contemporary life affects all aspects of our lives, such as social culture. The negative effects of globalization however are mostly seen on the developing countries and currently this fact is commonly discussed. Nowadays sport is a way of life developed in order to be healthy and have fun at the same time and to make use of the spare times. The sport in the globalization process is provided as combined together with the new developments in communication and technology. By means of globalization, today the more sports spectators mean more income for the sport clubs, which are each a business organization. However, the income factor for the sports clubs and the sports organizations are not limited to the number of the spectators but also include other income factors such as the media broadcasts, advertisement and TV revenues along with sponsors. Expansion of the capitalism on the other hand faced an interruption with the start of the World War I and establishment of the Soviet Union. Following the demolition of the Soviet Union in the late 1980’s, globalization acquired a new dimension. The increase in the number of the multinational companies due to the globalization also reflects in the sports. In this regard, the importance and social functions of sports and the sports within the globalization process shall be discussed in general in the scope of this essay.

Keywords: *Globalization, economy, sport, sport industry*

Giriş

Spor ve spora bağlı aktiviteler insanlığın her dönemde dikkatini cezbeden bir takım faaliyetler bütünüdür. Hem aktif katılım hem de pasif katılım açısından insanlar büyük bir istekle spor faaliyetlerini

* *Duatepe Mah., Lalaşahin Sok. No:38/1 Şişli, E-mail: sinancikra@gmail.com*

seyretmeyi ve takipte kalmayı sürdürmüşlerdir. Toplumlar ve uluslararası birliğin sağlanması açısından neredeyse bir asırdır sportif faaliyetlerin kullanıldığı Dünya Şampiyonaları din, dil, ırk ve renk farkı gözetmeksizin kültürlerin, adetlerin ve örflerin alış-veriş'inde öncü olmuştur.

Zaman içerisinde spor ekonomik açıdan farklı bir nitelik kazanarak ülke ekonomilerinin de bir kısmını oluşturmaya başlamıştır. Bu yüzden yönetimler sporu ekonomik planlar çerçevesinde yönetmeye çalışmaktadır.

Küreselleşen ülke ekonomilerinin spor üzerindeki etkileri konusunda ise birçok yaklaşım bulunmaktadır. Hızla gelişen teknolojiyle birlikte küreselleşme her alanda olduğu gibi sporda da etkisini arttırmış, ülke ekonomilerinin de küresel yerini daha da arttırmıştır.

Bu çalışmada küreselleşme sürecinin spor üzerindeki etkileri ortaya koyulması için ilk önce sporun kavramı, sporun önemi ve toplumsal işlevleri, küreselleşme sürecinde spor ve ekonomi, gibi temel kavramlar üzerinde durulmuş, bunların sonucunda ortaya çıkan spor endüstrisi kavramına değinilmiş, spor endüstrisinin gelişimini etkileyen faktörler incelenmiş, teknoloji kullanımı, medya ve spor ilişkisi araştırılmış ve spor sektöründe E-ticaret çoğunlukta literatür taraması olarak gerçekleştirilen çalışmada birçok kitap, makale, istatistiki bilgi ve internet kaynaklarından yararlanılmış güncel istatistiki verilere dayanılarak sonuçta sporun nasıl karlı bir işe dönüştüğü gözler önüne serilmiştir.

Spor Kavramı, Sporun Önemi ve Toplumsal İşlevleri

Sporun Kavramı

Sporun belirli sözcüklerle donatılmış, kalıplaşmış, klasik bir tanımı yoktur. Spor bireyin topluma uyumunu sağlayan, kişilerin ruh ve beden sağlıklarını güvence altına alan bir uğraşı alanıdır. Spor daha çok yarışma içermekte ve yüksek düzeyde oyun, mücadele ve ağır kas çalışmasını gerektirmektedir. Bir sosyal olay olarak spor, eğitim kapsamı içinde düşünüldüğüne göre, eğitimin ekonomik kalkınmaya

olan etkisinden bahsederken spor için ayrılan kaynakların ve faaliyetlerinde aynı görevi yerine getireceğini söylemek doğru olacaktır. Bir ülkede sosyal insanların yetişmesinde eğitimin ayrılmaz bir parçası olan spor, toplumun sosyalleşmesi, insanlar arasında menfaatsiz yakınlığın doğması ile insancıl kaynaşmanın sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle insanlar spor yapmak ve izlemek, devletler spor yaptırmak zorunluluğu duyarlar. Oyun güdüsünün bir uzantısı olan spor, aynı zamanda bir meslek, toplumsal bir kurum, teknik, estetik ve fiziki bir süreçtir (Doğan, 2007).

Sporun Önemi ve Toplumsal İşlevleri

Sporun toplumların sınıfsal niteliğine bağlı olarak önemi ve sonuç olarak belli başlı toplumsal işlevleri aşağıdaki gibidir (Doğan, 2007).

Yirminci yüzyıl insanının yaşamına değişik biçimlerde ve değişik düzeylerde girmiş olan spor olgusu, yerine getirdiği bu toplumsal işlevler nedeniyle önem taşımaktadır. Bir kültür aracı olarak spor toplumu değişik yönlerde etkileyeceği gibi, saldırganlık içgüdüsünün körükleyici açıdan işlenmesi ile olumsuz sonuçlar doğurması da mümkündür. Toplumsal ekonomik yapı ve sistemlere bağlı olan spor, olumlu olduğu gibi olumsuz sonuçlar da doğuran bir olgu olabilmektedir. Spor bir yandan popüler ve yaygın oluşuyla, diğer yandan genç kuşaklar üzerindeki etkisiyle önemli bir toplumsal olgudur. Kimi için bir eğlence, saygınlık, dinlenme kaynağı olan spor, bazıları içinde kazanç ve sömürü kaynağı olmaktadır.

Spor kapitalist toplumlarda iki farklı biçimde algılanmaktadır. Bazılarına göre hoş ve gerekli bir uğraşı olarak kabul edilirken, diğer bir kesimde ise üretken olmayan, nefretle bakılan, gereksiz bir uğraşıdır. Bu farklılığın nedeni sınıflı toplumlarda spor alanında ortaya çıkan eşitsizlikler ve bazen sporun kötüye kullanılmış olmasıdır. Eğlenecek zamanı ve olanakları olanlar için spor bir eğlence aracı olabilmekte ve böylece gerçek toplumsal amacından da saptırılmış olmaktadır. Diğer yandan, işçi sınıfı için sömürü düzeni ve yaşam savaşımında düzenli spor yapabilmek için zaman ayırmak son

derece güç olduğu gibi, gelir sağlamayan bu etkinliğin ayrıca maddi bir yükü de söz konusu olmaktadır. Spor olanaklarından yoksun olan toplumsal kesimin “onlar eğlenecek zaman ve olanaklara sahip oldukları için şanslı kişiler” demeleri de bu görüşü desteklemektedir. Spor çocukluk yıllarında bir oyun biçiminde ortaya çıkar ve bir enerji birikiminin boşalmasını sağlayarak aile ortamı dışında bazı ilişkilerin doğmasına neden olur. Aile içinde baskı altında bulunan, özgürce hareket edemeyen, savunma mekanizması içine giren çocuk isyankâr olmakta ve topluma uyum sağlayamamaktadır. Aile ortamına ya da toplumsal ortama uyum sağlayamayan gençler, spora yöneldikleri zaman psikolojik boşalım nedeniyle rahatlamakta ve dengeli bir kişiliğe kavuşabilmektedir.

Sosyalleşme (toplumsallaşma) kişinin toplumsal kültürle bütünleşmesini ve içerde yaşadığı toplumla uyum sağlamasını mümkün kılan bir mekanizmadır. Yeni doğan bir çocuk toplumsallaşma süreci ile sosyal davranışları öğrenip toplumsal sistemin bir üyesi haline gelir. Toplumsallaşma, kişinin toplumun değerlerini ve ideallerini benimsemesi, sosyal hayatta oynayacağı rolleri öğrenmesi anlamını taşır. Bir çocuğun sosyalleşmesini sağlayan araçlar, ailesi, komşuları, oyun arkadaşları, okul arkadaşları, öğretmenleri ve kitle iletişim araçlarıdır. Gelişmiş ülkelerde sportif yarışmalarda sosyalleşmenin önemli bir aracı olarak kabul edilir.

Sporun toplumsal işlevlerini şöyle sıralayabiliriz; spor dengeli kişiliğin gelişmesine hizmet eder, kurallara uygun davranma ve eylemde bulunma alışkanlığı kazandırır, spor; kurallara, gelenek ve göreneklere, yasalara saygılı olmayı öğretir, özgürlük kavramının yerleşmesinde önemli bir işlevi vardır, olumlu toplumsal davranışların kazanılmasına katkıda bulunur, eşitlik fikrinin gelişmesine ve başkalarının haklarına saygı gösterilmesine, düzenli çalışmaya sistemli, planlı ve dikkatli hareket etmeye, planlı ve değerlendirme yetisi kazanmaya hizmet ederek toplumsal yaşama etkili-rasyonel ve dengeli şekilde uyum sağlanmasına yarar.

Çocuklar ve gençler boş zamanlarının büyük bölümünü sportif

etkinliklerle geçirdikleri için gençliğin yönlendirilmesinde spor ve spor örgütlerine önemli görevler düşmektedir. Boş zaman uğraşısı, insanın kendi özgür istemine bağlı olarak eğlenmek, dinlenmek, gönüllü katılım, bilgi ve kültürü geliştirmek amacıyla mesleksi ve ailesel zorunluluklar dışında yaptığı uğraşlar bütünüdür. Spor bu amaçla yaygın bir toplumsal olgu olarak görülmektedir.

Mesleksi uğraşlar zorunlu, sportif uğraşlar zorunlu olmayan uğraşlardır. Sportif faaliyetler zorunlu olmayan ancak sağlıklı yaşamın bir parçası durumunda olan uğraşlardır. İş yaşamında olduğu gibi sporda da başarılı olabilmek için sabırla ve dikkatle çalışmak gerekir.

Sportif uğraşlarla, zorunlu uğraşlar arasında değişik tipte ilişkiler vardır. Bu ilişkilerin ilki ve en açık biçimde görüneni “zıtlama” ilişkisidir. Özellikle köylü ve işçi sınıfı için spor için gereken zaman, masraf ve maliyetler spor yapma olanakları açısından kısıtlayıcı bir rol oynamaktadır.

Endüstrinin ağır bastığı batı toplumuna uygun olarak gelişen modern spor, boş zamanı değerlendirme uğraşısı gibi görünmektedir.

Yukarıda anlatılanlar çerçevesinde sporun başlıca toplumsal işlevleri aşağıda belirtilen başlıklar altında toplanabilir;

- Eğlence aracı olmak
- Kişiliğin gelişimini sağlamak
- Toplumsallaşma aracı olmak
- Boş zamanları değerlendirme aracı olmak
- Toplumsal etkinlikte bulunma aracı
- Zorunlu etkinlikler
- Sportif uğraş ve iş uğraşısı olarak spor

Küreselleşme Sürecinde Spor

Küreselleşme

Küreselleşmeyi kavrayabilmek için ülke sınırlarının olmadığı bir dünyayı gözümüzde canlandırmak iyi bir başlangıç olacaktır (Eşkinat,1998). Bu çerçevede dünyada küreselleşme olgusu genel olarak aşağıdaki şekilde gelişme göstermiştir (İnal, 2008).

Küreselleşme üç yüz yıllık tarihi geçmiş, sınıfsal dayanakları, sömürü mekanizmaları bağlamında kapitalist üretim biçimi kavramından hareketle ele alınmalıdır. Ancak bu yaklaşımla küreselleşmenin sınıfsal ve ideolojik temeli ortaya çıkabilir. Bu temelde küreselleşme olgusu ile birlikte kullanılan; neoliberalizm, yenedünya düzeni, yerelleşme ve postmodernizm gibi farklı isimlerle anılan bu kavram ve anlayışlarla birbirleri ile örtüşür ya da birbirlerinin aynısıdır. Kapitalizm dünya pazarlarına yayılmak, sürekli genişlemek, yeni kar alanları bulmak zorunda olan bir sistemdir. Kapitalizmi yeni pazarlar arama çabasında ele alan bazı görüşlere göre, küreselleşme beş yüz yıl önce Amerika'nın keşfi ile başladığı ve kapitalizmin küresel olduğu kabul edilmektedir. Bu görüşlere göre küreselleşme 19. Yüzyıl vahşi kapitalizminin evrensel düzeyde ve daha güçlü canlandırılmasıdır. Dünya kapitalizminin 1970'lerden itibaren içinde bulunduğu küreselleşme sürecine yön veren dinamikleri dört ana başlık altında toplamak mümkündür. Bunlar;

- Kapitalizmin altın çağı boyunca süren yüksek birikim temposunun yarattığı aşırı üretime dayalı kriz
- Söz konusu dönemin sermaye/emek çelişkisine damgasını vuran Fordist endüstriyel ilişkilerin beslediği kâr sıkışması
- Uluslararası kapitalist rekabetin yoğunlaşması
- Finansal sistemin serbestleşmesi sonucu yükselen finansal sermaye ve spekülâtif birikim tercihlerinin sanayi yatırımlarının önüne geçmesi

olarak sıralamak mümkündür. Buna göre kapitalist sistem için temel olan sürekli üretmek, biriktirmek ve kâr etmektir. Bu yapı her yıl bir önceki yıldan daha fazla üretmediği, ürettiklerini

satmadığı ve kâr etmediği durumda krize girer. Teknolojideki son gelişmelerin sanayileşmeye olan etkileri bu krizler sürecini daha da hızlandırmış ve derinleştirmiştir. Küreselleşmenin önünü açan diğer bir gelişme 1987 yılında SSCB'nin dağılması ve 1989'da Berlin Duvarı'nın yıkılmasıdır. Birinci Dünya Savaşı'nın başlaması ve ardından Sovyetler Birliği'nin liderliğinde kapitalizme alternatif bir ekonomik sistem olan sosyalizmin kurulması ile kapitalizmin yayılması kesintiye uğramıştır. Dolayısıyla, Sovyet Bloğu'nun çöküşü ile birlikte liberal ekonomik düzen diğer ifade ile serbest piyasa ekonomisi giderek yaygınlaşmıştır. Soğuk savaş sonrası askeri, teknolojik ve ekonomik üstünlüğü ile ABD merkez ülkeler arasında öne çıkarak oluşturduğu hegemonik gücünü özellikle IMF, DB ve DTÖ gibi uluslar üstü kurumların kapitalist ekonomiden taviz vermemeleri noktasında kullanmaktadır. Yine de ABD'de reel ücretlerin 90'ların sonlarından bu yana artmaması, ailelerin hayat standartlarını koruyabilmek için bir kişi yerine iki kişi çalışması, ek iş yapmaları, iş güvenliğinin önceki dönemlere göre bozulmuş durumda olmasından dolayı küreselleşmenin merkez polisi ABD'de de sosyal adaletin gözle görülür şekilde sarsıldığı gözlenmektedir. Küresel süreçte merkez devletlerin sınıfsal yapısını korumakta olduğu ve refah devletinin kalesi durumunda devletlerde dahi sosyal eşitsizlikler artmaktadır. Küreselleşme sürecinde yoksulların artan sayılarıyla aşağı doğru, az saydaki zenginleri de yukarı doğru çekildiği görülmektedir. Sonuç olarak küreselleşme, sermaye lehine ulus ötesi şirketleri ile sınırları aşarak devam etmektedir.

Küreselleşme ve Spor

Spor kapitalist ekonomi politiği olarak kâr elde etmek için yatırım yapılan bir alan olarak ele alınmaktadır. Küreselleşme sürecinde egemen sınıf kapitalist ilişkiler içinde devraldığı sporu iletişim ve teknolojideki yeni gelişmelerle birleştirerek sunmaktadır. Çok uluslu şirketlerin üretim tarzı ve boş zaman kavramı küreselleşme ile üretim sistemlerinde ortaya çıkan iki türlü esneklik biçimi ile açıklanabilmektedir. Bunlardan bir tanesi Fordist üretim sisteminde fabrika çatısı altında gerçekleştirilen üretim sürecini parçalanarak, üretim sürecinin tamamının ya da bir kısmının fabrika dışında

aktarılmasıdır. Sermayenin üretimini kaydırduğu ucuz emek alanlarının başında küçük ve orta ölçekli işletmeler gelmektedir. Bu anlamda özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler “çevre ülkeler” olarak ucuz emek alanları oluşturmaktadır. Bu süreç özellikle spor donanımı olan top, forma, spor ayakkabısı gibi unsurların üretim sürecinde daha belirgindir. Diğer bir konu ise “boş zaman” kavramı ile ilgilidir. İşçi sınıfının en önemli kazanımlarından işgününün “sekiz saat” ile sınırlandırılmasından doğan boş zaman kapitalizmin kontrolüne kültürel, sanatsal etkinlikler yanında spor etkinlikleri ile girerek işçinin kendi zamanı olarak kalmamaktadır. Ancak sosyal devlet koşullarında “boş zaman” da ayrıcalık olan spor yapma olanağı, küreselleşme ile birlikte çoğu defa sporu izlemekten ibarettir. Spor yapan insan, spor izleyen insana dönüşmektedir. Çünkü yedek işçi olarak kocaman bir işsizler ordusu vardır. İşçinin bedenini yeniden üretim için sağlıklı kılmasına, dolayısıyla sağlıklı bir işçi sınıfına gerek duyulmaktadır. Küreselleşmenin dayattığı tek yönlü güzel anlayışı çekici ve arzulanan beden formlarında kadın ve erkekler; atletik, kaslı, ince ve zarif olarak belirlenmiştir. Genetiği ile oynanmış, sağlıklı, fast-food tarzı yiyecek ve içecekler reklâmlar eşliğinde tüketilmeye özendirildiğinden şişirilmiş insanların sağlıklı toplum adı altında spor salonlarına itilmeleri, her köşe başında kurulan spor salonlarının ticari boyutunu ortaya koymaktadır. Aynı ticari zihniyet doğrultusunda, çoğu kez spor salonlarında uzman olmayan, spor eğitimi almamış, ucuz emek gücüyle yapılan spor insan bedeninde kalıcı sakatlanmalara yol açmaktadır. Spor düzenli ve bilinçli yapıldığı sürece sağlıkla ilgili önemli sonuçlar alınabilecek bir etkinlik olmasına rağmen “küreselleşmenin insan sağlığını düşünmediği” sonuç olarak ortaya çıkmaktadır (İnal, 2008).

Küreselleşme Sürecinde Spor ve Ekonomi

20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren spor pazarının ekonomik bir faaliyet alanı olarak devasa boyutlara ulaşması ile spor popüler bir kültür ögesi olarak tüketime sokulmuş ve birçok farklı endüstri dalı ile iç içe geçmiştir (Saatçioğlu, 2013). Bu nedenle dünya ölçeğinde hızla endüstrileşen spor sektörünün ilişkide bulunduğu ekonomik unsurlar aşağıdaki gibidir (Devecioğlu, 2004);

- Sportif organizasyonlar
- Spor işletmeleri
- Spor teşkilatları
- Spor ürünleri
- Spor medyası
- Spor ve teknoloji
- Spor ve pazarlama

Spor sosyolojisinin ve felsefesinin son yıllarda incelediği araştırma alanlarından biri sporun küreselleşme sürecine bağımlı olarak değişimidir. Yapılan incelemelerde ortaya çıkan sonuç, modern spor sistemlerinin ülkeden ülkeye değişmekle birlikte, sporun ulusal niteliği yanı sıra modern sporun küreselleşme süreçlerine ne denli sıkıca bağlı olmasıdır. Uluslararası acentaların sayısındaki artış, iletişimin küresel boyutta büyümesi, evrensel ödül ve yarışmaların sayısındaki artış, ulusal ve evrensel organizasyonların gelişmesi, uluslararası oyunların sayısının artması, batı spor formlarının dünya çapında kabul görmesi, olimpiyat oyunları, kadın ve erkek dünya kupaları gibi küresel oyunların yerleşmesi spor dünyasında küreselleşmenin yerleştiğinin kanıtıdır. 1991'e kadar 4 yılda yapılan Dünya Atletizm Şampiyonalarının yapılmasının bu tarihten sonra 2 yılda bir yapılmaya başlaması bu anlamda değerlendirilebilir. Spor ürünlerinin üretimi küreselleşme ile ilişkili bulunmaktadır. Spor ürünleri genelde Batı'nın ve özellikle ulus ötesi şirketlerin çıkarlarını yansıtan karmaşık bir politika ekonomisine iyice yerleşmiştir. Buna göre taraftar bir tüketici, atlet bir işçi, kulüp bir marka ve spor bir üründür. Türkiye'de ise 1980'li yıllardan sonrası hem kapitalizm ve hem de futbol endüstrisi için bir milat olduğu kabul edilmektedir. Dünya kapitalizmine 1980 sonrası daha çok entegre olan Türkiye kapitalizmi futbol endüstrisinde de küresel yapıya entegre olmuş ve yeniden yapılanmıştır. Bu dönemden itibaren endüstrileşen futbol, formel sektörün yanı sıra yeraltı ya da enformel sektörde yaratmıştır. Karşılaştırmalar üstüne oynatılan büyük meblağlı bahisler, şike, hakem ayarlamaları gibi olgular bu dönemde sektöre eklenmiştir. Sporun ticarileşmesi ve ekonomik bir sektör haline gelmesi pek

çok faktörle beslenirken bunların birbirini beslediği de dikkat çekmektedir. Küreselleşme ile spor endüstrisinin özellikle son 20-30 yıl içinde olağanüstü gelişmiş olduğu gözlenmiştir. Küreselleşme sürecinin spor ekonomisine etkileri özellikle şu başlıklar altında görülmektedir. Bunlar; sporda emek göçü, televizyonda spor yayınları, spora katılım ve istihdam, sporda sponsorluk (Saatçioğlu, 2013). Türkiye’de Futbol Federasyonu 1 Ocak 1923’de kurulmuştur (Uslubaş, 2015).

Spor Endüstrisi

Araştırmalar, spor endüstrisinin spor ile ilişkili geniş bir ürün ve tüketici bölümünü kapsadığını göstermektedir. Spor endüstrisi içinde ürün; spor faaliyetleri, rekreasyon, fitness veya serbest zaman etkinlikleri ve bunlar ile ilgili ürün ve hizmetler şeklinde ifade edilmektedir. Bu araştırmalar içinde spor tüketicisi; tüm toplumda spor ürün ve hizmetlerini tüketen birey ve işletmeler olarak belirlenmiştir. Spor ile ilgili bu ürünlerin yanı sıra, alışveriş yerleri, restoranlar, oteller, fabrikalar ve barlar gibi işletmelerin faaliyet alanları da spor endüstrisi ile dolaylı ilişkilidir. Örneğin Olimpiyatlara ev sahipliği yapacak ülkeler belirlenirken bu unsurlarda göz önünde bulundurulmaktadır. Kısaca spor endüstrisi tüketicilerine spor, fitness, rekreasyon, serbest zaman etkinlikleri ve bunlarla ilgili ürün, hizmet, insan, yer ve düşünceler sunan pazarın ismidir. Spor endüstrisi en genel anlamı ile aşağıdaki özellikleri içermektedir (Argan, 2004);

- Katılımsal bir ürün sunar. Örneğin Türkiye futbol Ligi’nde mücadele etme.
- Seyirsel bir ürün sunar. Örneğin futbol ya da güreş müsabakası izleme.
- Spor ve fitness etkinlikleri için gerekli olan veya ihtiyaç duyulan araç-gereci sunar. Örneğin step tahtaları, basketbol topları veya bisiklet kaskları.
- Tutundurmaya ilişkin ticari eşyalar sunar. Örneğin logolu takım şapkaları ve t-shirtleri, fitness kulüp t-shirtleri ve havluları.
- Spor etkinliklerinin yapılabileceği tesisler sunar. Örneğin yeni squash kortları veya jimnastik sahaları.

- Spor ve rekreasyonel etkinliklerin devamı için gerekli olan hizmetleri sunar. Örneğin teniz raketi tamiri, çamaşır yıkama ve golf kulübü temizliği.
- Rekreasyonel etkinlikler sunar. Örneğin rafting, atıcılık, kampçılık, dağcılık veya yamaç yürüyüşü.
- Spor organizasyonlarının yönetimini ve pazarlamasını içerir. Örneğin büyük bir maraton organizasyonunun veya tenis turnuvasının düzenlenmesi.
- Basım yayın şirketlerinin sunduğu özel sportif dergiler veya etkinliklerin sunulması.
- Profesyonel sporcuların finansal, hukuki ve tutundurmaya ilişkin işlerinin yerine getirilmesi için olanaklar sunulması.

Böylesi büyük bir yelpaze içinde yayılan spor endüstrisi, zamanla çok farklı bölümleri de bünyesine toplamıştır. Spor endüstrisi içinde oluşan alt alanlar özellikle 1980'li yıllardan sonra yeni bir biçime bürünmüştür. Bunun doğal sonucu olarak, spor endüstrisi içinde birçok farklı alt alan ve bu alanlara ait birçok farklı sektör içinde değerlendirilmeye başlanmıştır.

Spor Endüstrisinin Gelişimini Etkileyen Faktörler

Özellikle II. Dünya Savaşının ardından gelişen teknoloji ve ekonomik gelişme tüm alanlarda olduğu gibi spor alanlarında da etkilerini göstermiştir. 1960'lı yılların ardından spor bir endüstri dalı olarak görülen ve kendi pazarını oluşturan bir sektör haline gelmiştir. Günümüzde spor tüm dünyada toplumlar için en önemli ve en etkili kurumlardan birisi konumundadır. Spor endüstrisinin büyümesi ve gelişmesini etkileyen pek çok faktör bulunmakta olup bunları dokuz başlık altında sınıflandırmak mümkündür. Bunlar (Argan, 2004);

- Spor, fitness ve rekreasyon etkinliklerinin gelişimi,
- Kitle iletişim araçlarında artış,
- Serbest zaman artışı,
- Spor ürünlerinin artması ve teknolojik gelişmeler,
- Spor endüstrisinde pazarlamanın önem kazanması,
- Spor eğitiminin artması

- Spor endüstrisinde gelir artışı
- Spor yönetiminde gelişmeler
- Sporun küresel bir Pazar haline gelmesi

Dünyanın ikinci büyük ekonomisi olan Çin spor endüstrisi büyüklüğünü 2015 yılına kadar 850 milyar dolara çıkarmak istemektedir. Günümüzde dünyada spor endüstrisi pazarının yaklaşık 620 milyar dolar olduğu düşünüldüğünde, Çin'in sporda ne denli büyük hedefler belirlediği açıktır. Çin'in 1 milyar 300 milyon olan dev nüfusu henüz futbola ilgi duymuyor ancak ülkenin politikası halka futbol sevgisini aşlamak yönünde. Bunu bilen Çinli sermaye sahipleri de futbola yatırım yapıyor. Çinli sermayedarların hedeflerinde Avrupa olmakla birlikte İngiltere, İspanya, Fransa, Hollanda ve Çek Cumhuriyeti'ndeki futbol kulüplerinde hisseleri bulunuyor. Çinli yatırımcıların spora özellikle futbola olan bu ilgisinin arkasında yüz milyarlarca dolarlık gelir pastasından pay almak yatıyor. Yapılan araştırmalar 2011'deki küresel spor pazarı gelirinin 118.6 milyar dolardan 2015'de 145.3 milyar dolara ulaştığını ortaya koymuştur. Spor endüstrisinde dünyaya kafa tutan Çin, dünya futbolunun yıldız isimlerini yılda 14 milyon Euro'ya ulaşan astronomik ücretlerle ülkesine getirmektedir (Anonim, 2016).

Teknoloji Kullanımı, Medya ve Spor İlişkisi

Küreselleşme ile birlikte yayılan teknoloji kullanımı ile spor arasındaki ilişkiler farklı görüş sahiplerine göre aşağıdaki şekilde özetlenebilmektedir (İnal, 2008).

Günümüzde sporun sağlık ve toplumsal boyutlarının arka plana itilerek, profesyonelce yapılmasının öne çıkarılmasının arkasında sporun bir “spor işi olarak” değerlendirilmesi bulunmaktadır. Bunun sebebi kapitalizm için bir meta olan spor, profesyonellerce sunulduğu ölçüde izlenecek ve kâr getirecektir. Sporla ilgili kararları alan kurumların başında gelen Uluslararası Olimpiyat Komitesi'nin 1990'lı yılların başında yaptığı çağrıyla, 90 yıldır ihlal edilmeyen “herkes için spor” ilkesini bir tarafa bırakıp, profesyonel sporculara ilgiyi artırarak sporun dönüşümüne verdiği olumsuz katkı gözden

kaçmamıştır. Bu açıklamaları daha iyi anlayabilmek için küreselleşme ile birlikte teknolojiye yaşanan gelişmelere bakmak gereklidir. Buna göre, teknolojiye yaşanan gelişmeler spor malzemeleri ve spor alanlarının değişimine neden olmaktadır. Şöyle ki; sporcunun bedeninde hızın, gücün ve yüksekliğin sınırlarının artışında “spor donanımlarının” da önemli payı bulunmaktadır. Örneğin yüzme sporunda mayolar, bisiklet sektöründe bisikletler, sırıkla atlamada kullanılan malzemeler değişmektedir. Motor sporuna baktığımızda oldukça uzun zamandır bu spor alanının teknolojik donanım ile paralel gittiğini görebiliriz. Burada söylenebilecek önemli bir husus, teknolojiyi kullanma gücü dünya ülkeleri hangi ölçüde eşit dağılabiliyorsa, spor dünyasında teknolojinin kullanımı da aynı eşitlikte dağılmaktadır. Bu noktada küreselleşme taraftarlarının “izleyici ya da tüketicinin spordan gerçek performans bekledikleri” konusunda görüşünü belirtmekte yarar bulunmaktadır. Küreselleşme taraftarlarına göre spor, seyirlik; spor organizasyonu reytingi artıracak bir TV programıdır. Bu gösterinin perde arkasındaki suflörleri ise sermaye sınıfıdır. Karşıt görüş taraftarlarına göre, kapitalist sermayenin, olimpiik idealleri neo-liberalizm ile şekillendirdikleri için günümüz spor dünyasında gerçekçi bulmayarak sporda yenedünya düzeninin ideallerini savunurlar. Kapitalist görüş karşıtı olanlara göre sonuç olarak spor sermayenin belirlediği değerlerle kirlenmektedir. Birer işletme olan “spor kulüpleri”nin gelir unsurlarının artışı, küreselleşme ile birlikte spor izleyicilerinin artışına bağlıdır. Spor kulüp ve organizasyonlarının gelir artışı sadece izleyici sayısının artışına bağlı olmayıp, medya yayınları, reklam ve TV. Gelirleri, sponsorlar gibi pek çok gelir unsuru ile desteklenmektedir. Spor olanaklarına paralel olarak spora katılım, küreselleşmenin etkisi ile hem dünya ülkelerinde, hem de aynı ülkede yaşayan farklı sınıfsal yapılardan insanlar arasında ekonomik ve sosyal eşitsizlikleri ortaya çıkarır. Küreselleşme ile birlikte çok uluslu şirketlerin sayısının artışı da spora yansımaktadır. 1970 yılında 7 bin olan çok uluslu şirket sayısı 1990’lı yıllarda 37 bini aşarak dünya çapında 208 binden fazla şubeye ulaşmıştır. Sporun küreselleşme sürecine bağımlı değişimi, Avrupa’da son yıllarda spor sosyolojisi ve spor felsefesi araştırmalarına ilgiyi artırmıştır.

Sporun küreselleşmeye sıkıca bağımlı olduğunu anlamak için, ulusal spor sistemlerinin; spor ürünlerinin imal edilmesinden, dağıtımına ve pazarlanmasına ve uluslararası spor organizasyonlarına ne denli bağımlı olduğunu görmek gerekir. Küreselleşme ile birlikte uluslararası spor organizasyonlarında artış dikkat çekmektedir. Teknoloji ve iletişim sektörünün gelişimi ile TV'lerde her gün her hafta spor karşılaşmalarını izlemek günümüzde mümkündür.

Örneğin Dünya Atletizm Şampiyonaları 1991'e kadar 4 yılda bir yapılırken, günümüzde 1991'den beri 2 yılda bir yapılmaktadır. 2015 Dünya Atletizm Şampiyonası 22-23 Ağustos 2015 tarihinde Çin'in başkenti Pekin'de düzenlenmiştir (URL 1).

Günümüzde spor dışından spora dâhil olan ve sporun kontrolünü elinde tutan çok uluslu şirketler, sponsorlar gibi unsurların yanında diğer önemli bir etkileşim aracı da "medya yayınları"dır. Pek çok araştırmacı, küreselleşme sürecinde medyanın spora olan ilgisini, spor etkinliklerinin değişime uğramasında etkili görmektedir. Çok uluslu medya şirketleri tarafından spor etkinliklerinin yayın hakları satın alınmaktadır. Sporun ticari yörüngesindeki anahtar faktör "medya spor" kültür kompleksinin gelişimidir. Medya sporun anlamı; sporun medya üretim çıktılarını yaratan ve dağıtıcılarla birlikte birleşmiş kültürel kapitalizme indirgenmiş durumdur. Spor ve medya ilişkisi ya da bütünleşmesi son yarım yüzyıldan bu yana sporun sosyal ve ekonomik özerkliğini azaltmıştır. Spor ve medya arasındaki çizgiler, medya egemenlikçi güç dengesinin sonucu olarak kaybolmuş ve medya spor ortaya çıkmıştır.

Buradan çıkarılacak sonuç, küreselleşme çerçevesinde ulusal ve evrensel bir spor organizasyonunun sadece spor dünyasını ilgilendiren bir işleyiş olmadığını ortaya koymaktadır (İnal, 2008).

Küreselleşmenin en fazla olumsuz etkilerinin olduğu ülke grubunun gelişme yolunda ülkeler (GYÜ) olduğu bilinmekle birlikte, gelişmekte olan ülkeler spordan en düşük maliyetle en yüksek kârı elde etme çabası içindedirler. Bu ülkelerde sporda sonuca ulaşma

istekleri; spora yatırım yapma, spor etkinliklerini ücretsiz spor alanlarında, profesyonel kimselerin eğitiminde gençlere ve çocuklara sunmaktan daha baskındır. Ancak küreselleşmenin bu mantığı ters etki yapmaktadır. Çünkü sporda başarı beklentisinin olması için uzun yıllar geçmesi ve spora yatırım yapılması gerekmektedir. Burada Pekin 2008 olimpiyatları öncesinde ülkemize yeni Elvan'ların Afrika'dan neden getirildiğini anlamak kolaylaşmaktadır. Ancak, yeteneği sabit ve ucuza “mal edilmiş sporcu” getirterek, onlara vatandaşlık vererek “madalya iktidarı” kurmanın insani yönünün eksik kaldığı bir gerçek olarak ortaya çıkmaktadır (İnal, 2008).

Küreselleşme ile elit sporcu göçünün yarattığı ulus, kimlik ve vatandaşlık kavramlarında ortaya çıkan tartışmalarda, küresel şöhrete sahip sporcu örneklerinde spor ve sporun uluslararası emek göçünün ulusları ve ulus kimliklerini hem baltalamada hem de güçlendirmede önemli rol oynadığı vurgulanır. Spor izleyici kitlesinin nicel olarak artışıyla birlikte ticari bir nitelik kazanmaktadır. Toplumun daima önemli bir parçası olan spor, giderek ekonominin parçası olmaktadır. Sporun yarattığı kâr spordan ticari gelir elde eden şirketleri harekete geçirmiştir. Günümüzde büyük spor organizasyonlarının ev sahipliği “kârlı bir iş olmuştur”. Sporun pazarlamadaki önemi fark edilerek, spor dışındaki sektörlerin spor üzerinden ürünlerini tanıtarak pazarlamalarına olanak tanımaktadır. Bazı görüşlere göre, spordan keyif alması, sporun kendisini de ürünleştirerek büyük bir ticaret haline getirmiştir. Böylece spor, pazardaki diğer mallar gibi üretildi, paketleni ve yığınların tüketmesi için muazzam kârlarla satılmaktadır.

Spor Sektöründe E-ticaret

Günümüzde bilgi çağında özellikle yönetim alanında hızlı ve radikal değişimler yaşanmaktadır. Küreselleşme ve bilişim teknolojilerinin gelişmesi sonucu ortaya çıkan internet olgusu, tüm dünyada sunduğu hizmetler paralelinde “yeni ekonomi” ve “bilgi ekonomisi” gibi kavramları ortaya çıkarmıştır. Bu gelişmeler sonucu ortaya çıkan e-ticaret günümüzde çok hızlı bir şekilde büyümektedir. E-ticaretteki bu hızlı gelişme spor sektörüne de yansımaktadır. Spor sektöründe

gün geçtikçe yaygınlaşan elektronik ticaret, geleneksel satış ve pazarlama yöntemlerini etkilemekte, tüketiciye farklı kullanım kolaylıkları sağlamaktadır. Bilgisayar teknolojileri kullanımının spor alanlarında artmasına örnek olarak; spor merkezlerinde bilgisayar kullanımı, vücut analiz programları, kulüp yönetim sistemleri verilebilir. Buna ilaveten veri analizi, depolama, para transferi, ürün satın alma, ürün satma ve spor tesisleri işletim mekanizmalarında bilgisayar teknolojileri görülmektedir. Spor sektöründe tüketiciye sunulan ya da pazarlanan ürünler temel başlıklar olarak; giyim ürünleri, spor CD'leri, spor malzemeleri, fitness ve kondisyon aletleri, spor kitapları, spor malzemeleri yedek parça ve aksesuarları, özel spor dinlenme tesisleri, spor turizmi sektörü ürünleri, spor tesisi malzemeleri ve ekipmanlar, spor sağlık makine ve malzemeleri olarak sıralanabilir (Çoban ve ark., 2011).

Sonuç

Küreselleşme ifadesinden; büyük bir pazar haline gelmiş olan dünyamız, bilgi ve iletişim teknolojileri, popüler kültür ve benzeri gelişmeler akla gelmekte ve hayatın her alanını etkilediği anlaşılmaktadır. Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere, spor da küreselleşmenin etki alanı içinde kalmaktadır. Son yıllarda spor sosyolojisi ve felsefesinin araştırma alanlarından birisi de sporun küreselleşme sürecine bağımlı değişimidir. Spor sosyologları bir yandan sporun ulusal niteliğini incelerken, diğer yandan modern sporun küreselleşme sürecine ne denli bağlı olduğunu ortaya koymuşlardır. Ayrıca günümüzde sayıları hızlıca artan uluslararası spor organizasyonları, uluslararası acenteler ile evrensel ödül ve yarışmaların sayısında artış, sporun küreselleşme ile ne kadar ilgili olduğunu ortaya koymaktadır.

Endüstrinin ağır bastığı batı toplumuna uygun olarak gelişen modern spor, boş zamanı değerlendirme uğraşısı gibi görünmektedir. Ancak, sporun belli başlı toplumsal işlevleri ise; eğlence aracı olmak, kişiliğin gelişimini sağlamak, toplumsallaşma aracı olmak, boş zamanları değerlendirme aracı olmak, toplumsal etkinlikte bulunma aracı, zorunlu etkinlikler, sportif uğraşısı ve iş uğraşısı olarak sıralanabilir.

Günümüzde sporun sağlık ve toplumsal boyutlarının arka plana itilerek, profesyonelce yapılmasının öne çıkarılmasının arkasında sporun bir “spor işi olarak” değerlendirilmesi bulunmaktadır. Günümüzde sporun sağlık ve toplumsal boyutlarının arka plana itilerek, profesyonelce yapılmasının öne çıkarılmasının temelinde sporun bir “spor işi olarak” değerlendirilmesi bulunmaktadır. Birer işletme olan “spor kulüpleri”nin gelir unsurlarının artışı, küreselleşme ile birlikte spor izleyicilerinin artışına bağlıdır. Spor kulüp ve organizasyonlarının gelir artışı sadece izleyici sayısının artışına bağlı olmayıp, medya yayınları, reklam ve TV. Gelirleri, sponsorlar gibi pek çok gelir unsuru ile desteklenmektedir. Küreselleşme ile birlikte çok uluslu şirketlerin sayısının artışı da spora yansımaktadır. Sporun küreselleşmeye sıkıca bağımlı olduğunu anlamak için, ulusal spor sistemlerinin; spor ürünlerinin imal edilmesinden, dağıtımına ve pazarlanmasına ve uluslararası spor organizasyonlarına ne denli bağımlı olduğunu görmek gerekir. Küreselleşme ile birlikte uluslararası spor organizasyonlarında artış dikkat çekmektedir. TV’lerde her gün her hafta spor karşılaşmalarını izlemek, teknoloji ve iletişim sektörünün gelişimi ile sporun ne denli iç içe olduğunu göstergesidir.

Pek çok araştırmacı, küreselleşme sürecinde medyanın spora olan ilgisini, spor etkinliklerinin değişime uğramasında etkili görmektedir. Çok uluslu medya şirketleri tarafından spor etkinliklerinin yayın hakları satın alınmaktadır. Spor ve medya ilişkisi ya da bütünleşmesi son yarım yüzyıldan bu yana sporun sosyal ve ekonomik özerkliğini azaltmıştır. Birer işletme olan “spor kulüpleri”nin gelir unsurlarının artışı, küreselleşme ile birlikte spor izleyicilerinin artışına bağlıdır. Spor kulüp ve organizasyonlarının gelir artışı sadece izleyici sayısının artışına bağlı olmayıp, medya yayınları, reklam ve TV gelirleri, sponsorlar gibi pek çok gelir unsuru ile desteklenmektedir

Spor izleyici kitlesinin nicel olarak artışıyla birlikte ticari bir nitelik kazanmaktadır. Toplumun daima önemli bir parçası olan spor, giderek ekonominin parçası olmaktadır. Sporun yarattığı kâr spordan ticari gelir elde eden şirketleri harekete geçirmiştir. Günümüzde büyük

spor organizasyonlarının ev sahipliği “kârlı bir iş olmuştur”. Sporun pazarlamadaki önemi fark edilerek, spor dışındaki sektörlerin spor üzerinden ürünlerini tanıtarak pazarlamalarına olanak tanımaktadır.

Kaynaklar

- [1] Argan, M. (2004). *Spor Sponsorluğu Yönetimi*, Detay Yayıncılık, Ankara, s 2-25.
- [2] Çoban, B., Devecioğlu, S., Karakaya, Y. E., (2011). “*Spor Sektöründe E-Ticaret*”, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi* , Cilt 8 Sayı:1, s 1110-1111.
- [3] Devecioğlu, S. (2004). “*Sporun Ekonomik Boyutu*” *Standart Ekonomik ve Teknik Dergi T.S.E*, Yıl 43, Sayı 511, Temmuz, s 7.
- [4] Doğan, B. (2007). *Spor Sosyolojisi ve Uygulamalı Spor Sosyolojisine Giriş*, Nobel Yayınevi, Ankara, Nisan, s 36-47.
- [5] Eşkinat, R.(1998). *Küreselleşme ve Türkiye Ekonomisine Etkileri*, *Anadolu Üniversitesi Yayınları*, No:1036, Eskişehir, Haziran, s 6-10.
- [6] İnal, R. (2008). *Küreselleşme ve Spor, Küreselleşmenin Spora Etkileri*, *Evrensel Basım Yayın*, İstanbul, Ekim, s 22-26.
- [7] Saatçioğlu, C. (2013). *Spor Ekonomisi Teori, Politika ve Uygulamaları*, Gazi Kitabevi, Ankara, Aralık 2013 s 7-75.
- [8] Uslubaş, T.(2015). *Büyük Türkiye Tarihi, Türkiye'nin Serüveni, Revzen Kitap Yayın*, İstanbul, Haziran, s 9.
- [9] Anonim 1. Sözcü Gazetesi, (2016). “*Çin Spor Endüstrisinde Dünyaya Kafa Tutuyor*”, 7. Şubat. 2016, s 7.

İnternet Kaynakları

- [10] URL 1- www.iaaf.org/competitions/iaaf-world-championships, (Erişim tarih: 08.01.2016).

Türk Çağdaşlaşma Hareketinde (Cumhuriyet Döneminde) Gerçekleştirilen Atılımlar

Zeynep ŞEN¹

Özet

Bu çalışmada Türk çağdaşlaşma hareketinin Cumhuriyet dönemi öncesinde Avrupa’da yaşanan Aydınlanma, Sanayi Devrimi ve Fransız İhtilali gibi modernleşmeye yönünde gerçekleştirilen yeniliklerin ardından bir zorunluluk olarak başlayan serüveni ve Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte ivme kazanan değişim çabaları ile bu değişimlerin somut olarak hangi alanlarda belirginleştiği incelenmektedir. Batıda yaşanan eğitim ve teknoloji alanındaki gelişmeleri yakından izleyen Osmanlı devlet adamlarının, batı ile aradaki seviyenin gittikçe açıldığını anlayıp bu yönde çalışmalar başlatmaları ve bu çalışmaların en önemlilerinin askeri eğitim alanında olduğu, bu okullarda eğitim alanların ise Türk Modernleşme Hareketi içerisinde önemli roller üstlendiği anlatılmaktadır.

Cumhuriyet dönemine gelindiğinde; Atatürk’ün umutsuz bir ortamda, halkı harekete geçirmesi sonucunda gerçekleştirdiği reformları ve medeniyeti halka benimsetme çabalarını ve bu çabaların batı taklitçiliği dışında kendine özgü şartlar içinde verilmeye çalışıldığı görülmektedir. Bütün bu çalışmaların sebebi ise Türk halkının modern dünyanın yararlandığı nimetlerden istifade edebilme imkanına kavuşması amacıyla yapıldığı düşünülmektedir.

Çağdaşlaşma, özü itibariyle süregenliği gerektirdiğinden bir kavram olduğundan Cumhuriyet’in kurulmasıyla birlikte bu yöndeki çalışmaların artarak sürdürülmesine büyük önem verildiği ve bu

^{1*} *İstanbul Aydın Üniversitesi Mahalli İdareler ve Yerinden Yönetim Yüksek Lisans Programı Öğrencisi, E-posta : zey.nep.sen.212@gmail.com, Telefon Numarası: 0 538 855 79 46. Adres : Atikali mah. Beyceğiz cad. Kaleci Çıkmaı sk. No:4-4 Fatih-İstanbul*

çalışmaların Atatürk inkılaplarında vücut bulduğu görülmekle birlikte Atatürk'ün, modernleşmeyi sınırlı bir alanda değil de sosyal, siyasal ve ekonomik alanlarda bir bütün olarak gerçekleştirmeyi hedeflediği anlaşılmaktadır.

Modernleşme hareketi sosyal, politik ve iktisadi düzlemlerde irdelenerek, demokrasi ve laiklik kavramlarının yenilik hareketleri bağlamında önemi anlatılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Türk modernleşmesi, Atatürk devrimleri, cumhuriyet, demokrasi, laiklik*

Progresses in the Turkish modernization movement (Republican Period)

Abstract

In this study, the Turkish modernization movements in Europe ahead of the Republican era Enlightenment, the Industrial Revolution and the French after the modernization to be the direction carried out innovations such as Revolution and accelerating change efforts, along with the beginning of the adventure and the establishment of the Republic as a necessity of these changes concrete are being examined as evident in what areas. West experienced training and technology developments closely following the Ottoman dignitaries at the intermediate level with the West is gradually opened to understand trials start in this direction and this work is in the field of military training, the most important, is the field of education in these schools are described as Turkish modernization movement in important roles.

When the Republican period is reached; Atatürk in a desperate environment, it is seen that tried to be realized as a result of reforms in public spending and civilization to the public embraced efforts to move beyond the imitation of western and unique circumstances of this effort. It is thought that all this is because of the work done to attain the Turkish people can benefit from the opportunity to benefit from the blessings of the modern world.

Modernization movement of social, political and economic plane examined in the context of the movement for democracy and secularism concept describes the importance of innovation.

Keywords: *Turkish modernization, revolution of Atatürk, republic, democracy, secularism.*

Giriş

Bu makalede, çağdaşlaşma ve modernleşme kelimelerinin kavramsal çerçevesi göz önüne alınarak Türk çağdaşlaşma hareketi, arka planı dahilinde çözümlenmeye çalışılacaktır. Tanzimat döneminde, devlet adamları tarafından bir zorunluluk olarak görülen ve bu zorunluluğun sonucunda modernleşme yönünde atılmaya başlayan ilk adımlar ile şekillenmeye başlayan süreç ve ulusal bir kurtuluş mücadelesinin sonunda gelen zafer ile ilan edilen bağımsız bir cumhuriyet ile amaçlanan çağdaş bir toplum yaratma çabaları da gerçekleştirilen yenilikler çerçevesinde değerlendirilecektir.

Türk modernleşme tecrübesinde siyasi bir momentum olan Cumhuriyet'in ilanı ile beraber gerçekleştirilen dönüşümler ve bu dönüşümlerin üretmiş olduğu kurumsal yapılar ve anlayışlar ise kronolojik olarak anlatılacaktır.

Türk Çağdaşlaşma Serüveni

Çağdaşlaşmak, kelimesinin sözlük anlamı çağın yeniliklerine ve özelliklerine ayak uydurmaktır. Modernleşme ise değişimi, geleneksel yapıların çözümlenmesini ve köklü bir dönüşümü ifade ettiğinden bu çalışmada “çağdaşlaşma” sözcüğünün yerine “modernleşme” kelimesi kullanılacaktır. Modernleşme; rönesans, reform ve aydınlanma gibi Batı düşüncesinin bir ürünü olarak ortaya çıkmış olup 19. ve 20. yüzyıllarda bütün dünya ülkelerini peyder pey bu süreç içerisine dahil etmiştir. Ortaylı (2008), modernleşmeyi “Gelişmiş toplumun özelliklerinin az gelişmiş bir toplum tarafından alınması” şeklinde tanımlamakla birlikte, yeterli bulmaz. O’na göre, “Modernleşme olgusu, kaba bir deyişle var olan değişimin değişmesidir” (Ortaylı, 2008). Değişim, bir durumdan başka bir

duruma geçişi ifade ettiği içindir ki içinde sürekliliği de barındırmak zorundadır.

Türk modernleşmesinde Cumhuriyet dönemi yeniliklerinden söz etmeden önce modernleşme yönünde ilk hareketlenmelerin yaşandığı Tanzimat Dönemi'ne kısaca değinecek olursak modernleşmeye yönelik taleplerin halkın tabanından ziyade daha çok siyasal, askeri ve iktisadi zorunluluklar ile dış baskılar sonucunda tepeden inme bir şekilde gerçekleştirildiğini söyleyebiliriz. Tanzimat döneminde siyasal ve hukuksal alanlarda revizyona gidilirken, eski ve yeni kurumların da bir arada yürüdüğü ikili bir idare yapısı teşkilatlanmıştır.

Tanzimat döneminden sonra gelen, Meşrutiyet dönemi ise diğer bir kırılma noktası olarak Modernleşme siyasalarının temelini oluşturmuş ve Cumhuriyet Türkiyesi'ne giden yolda bir köprü görevi üstlenmiştir. Meşrutiyet yılları; Milli Mücadele döneminde kitleleri coşturan ideolojilerin tohumlarının atıldığı bir dönem olması nedeniyle büyük önem taşır (Karpat, 2007). II. Meşrutiyetten sonra, iktidara gelen Jön Türkler, Cumhuriyet'in kurulmasında son derece etkili olmuşlardır. Türkiye Cumhuriyeti Jön Türklerin siyasi düşünceleriyle temellenmiştir. İlber Ortaylı, İmparatorluğun En Uzun Yüzyılı adlı eserinde Osmanlı'nın cumhuriyete mirasını şu şekilde açıklar: “İmparatorluk genç cumhuriyete parlamento, siyasal parti kadroları, basın gibi siyasal kurumları miras bıraktı. Cumhuriyetin tabipleri, fen adamları, hukukçu, tarihçi ve filologları son devrin Osmanlı aydın kadrolarından çıktı. Cumhuriyet ilk anda eğitim sistemini, üniversiteyi, yönetim örgütünü, mali sistemini, imparatorluktan miras aldı. Cumhuriyet devrimcileri bir ortaçağ toplumuyla değil, son asrını modernleşme sancıları ile geçiren imparatorluğun kalıntısı bir toplumla yola çıktılar” (Ortaylı, 2008).

Yaşanan bu toplumsal değişim sancılarının ve çabalarının somut olarak belirginleştiği bir dönem olan Cumhuriyet döneminin özelliklerine ve yaşanan gelişmelere “Cumhuriyet Döneminde Modernleşme” başlığı altında değinilecektir.

Cumhuriyet Döneminde Modernleşme

Cumhuriyet, Atatürk ilke ve inkılaplarının nüvesini oluşturmaktadır. Yapılan bütün çalışmaların ve yenilik hareketlerinin nedeni Türk halkına uygun bir yönetim rejimi belirlemektir. Bu yönetim rejiminin ne olacağını Atatürk bir sözünde şöyle açıklamaktadır: “Türk milletinin karakterine ve adetlerine en uygun olan idare Cumhuriyet İdaresidir (Anonim, 1954)”.

Atatürk, ancak Cumhuriyet yönetimi ile Türk halkının modernleşebileceğini düşünmektedir. Bu düşüncesini de 30 Ağustos 1925’te Kastamonu’da yaptığı konuşmada şu sözleriyle ifade etmektedir: “Yaptığımız ve yapmakta olduğumuz devrimlerin amacı, Türkiye Cumhuriyeti halkını tamamıyla çağdaş ve bütün anlam ve biçimiyle uygar bir toplum haline getirmektir. Devrimlerimizin asıl ilkesi budur” derken, Cumhuriyet rejiminin amacının medeni bir Türk toplumu tesis etmek olduğuna vurgu yapmaktadır. Toplumun yeniden tesisi aşamasında Cumhuriyet dönemindeki modernleşme faaliyetlerine bakıldığı zaman sosyal, siyasal ve ekonomik değerlerde kısa sürede gerçekleştirilen yenilikleri görebiliriz. ”Sosyal değişme” terimi iyilik, kötülük gibi herhangi bir değer yargısı taşımaz (Gürkan,1969), ve toplumsal değerlerdeki değişimler kısa bir zamanda gerçekleştirilemez.

Buna rağmen, Cumhuriyet Modernleşmesinin hızlı bir şekilde toplumsal hayata nüfuz edebilmesinin istisnai sebebi, olağanüstü dönemlerde ortaya çıkan olağanüstü önderlerin, yani “karizmatik” Max Weber tarafından kullanılan “karizma” kavramı; lideri diğer insanlardan farklılaştırıldığına inanılan, çalışarak kazanılamayan, yaratılıştan gelen olağanüstü özellikler veya herhangi bir kimsenin olağanüstü bir yeteneği olarak anlaşılmalıdır) liderlerin varlığı olarak görülebilir. O dönemin sosyal ve tarihsel koşulları içinde Atatürk; yetenekleri, başarıları ve üstün dehasıyla toplum açısından karizmatik bir lider olarak kabul edildiğinden, 1923-1938 yılları arasında çok sayıda, radikal diyebileceğimiz değişikliği gerçekleştirebilmiştir. Değişimlerin arkasında karizmatik bir otoritenin bulunuyor olması ve Cumhuriyet Modernleşmesine yönelik reformların batı örnek

alınarak oluşturulmasına rağmen toplumsal beklentiler ile dönemin siyasal konjonktürünün şekillendirmesiyle kendine özgü olarak gelişmesi, değişimin toplumsal tabanda içselleştirilmesini sağlamıştır. Bu içselleştirme her ne kadar toplumsal tabanda özünsenmiş olsa da, Türk toplumunun bir tarım toplumu olması nedeniyle de geleneksel yapılara bağlı kalması, birtakım toplumsal direnç noktaları oluşturmuştur. Toplumsal muhalefetin oluşturulmasında en önemli faktör “Din” ögesi olmuştur. Çağdaşlaşma bağlamında yüzünü batıya çeviren genç Türkiye Cumhuriyeti Devleti, din olgusunu laik bir anlayış çerçevesinde değerlendirmiştir. Laiklik, Cumhuriyet yönetiminin esasını oluştururken, kurumların da bu ilke doğrultusunda revizyonu aşamalı bir şekilde gerçekleştirilmiştir.

Bir toplumda en yüksek sayılan değerler, özellikle böyle zamanlarda, dinsel değerler kılığına girmeye de eğilimlidirler. Din, geleneğin en son sığınağı, en son savunma kalesidir. Aslında toplumun eski yaşayışının kökeninden gelen birçok alışkanlıklar, kolaylıkla din gereği imiş gibi bir nitelik kazanırlar. İşte bunun içindir ki, çağdaşlaşma sözcüğünün özü, “laikleşme” sözcüğünün söylemek istediği gibi toplumu bu dinselleşme hummasının yakasından kurtarma işi imiş gibi gözüküyor ve burada “laïcisme” ile “secularism” terimlerinin anlamları, ayrı sözcük kökenlerinden geldikleri halde, birbirine uyuyor. Bu söylediğimiz eğilimden ötürüdür ki, bir toplumda değişme zorunlulukları ortaya çıkınca, bilerek bilmeyerek ya da isteyerek istemeyerek çağdaşlaşmaya doğru bir yönelme başlayınca, o zamana dek açıkça din şemsiyesinin altına girmemiş birçok kişiler değişme yağmuru karşısında bu şemsiyenin altında toplanmaya başlar. Demek ki, çağdaşlaşma ile dinselleşme birbirleriyle aşağı yukarı çağdaştırılır. Dinselleşme, çağdaşlaşmaya karşı kaplumbağanın kabuğuna çekilmesi gibi bir korunma çabasıdır, her çağdaşlaşma döneminin arkasından bir dinselleşme humması başlar (Berkes, 2002). Bu durum Türk Modernleşmesine yönelik çalışmaların yapıldığı dönemlerde de böyle olmuştur. Modernleşmeye yönelik engellemelerin bertaraf edilebilmesi için Laiklik ilkesine işlerlik kazandırılması ve kurumsal yapıların bu ilke doğrultusunda revizyonu Cumhuriyet yönetiminin

temel hedeflerinden olmuştur. Cumhuriyet yönetiminin Laiklik ilkesi kadar önem verdiği diğer bir kavram da Cumhuriyet rejimin esasını oluşturan demokrasi kavramıdır. Bu kavram çoğu zaman Halkçılık ilkesiyle eşanlamlı olarak kullanılmıştır.

Atatürk, “demokrasi” deyimini, bugün bazı ülkelerde görüldüğü gibi asıl anlamından saptırarak veya ona değişik içerikler yükleyerek değil, tam tersine, gerçek ve geleneksel anlamında, yani hürriyetçi siyasî demokrasiyi ifade etmek üzere kullanmıştır. Atatürk, bu konuda şöyle demektedir: “Demokrasi esas itibariyle siyasî mahiyettedir. Demokrasi, bir sosyal yardım veya bir iktisadî teşkilât sistemi değildir. Demokrasi maddî refah meselesi de değildir. Böyle bir nazariye, vatandaşların siyasî hürriyet ihtiyacını uyutmayı amaçlar. Bizim bildiğimiz demokrasi, bilhassa siyasîdir; onun hedefi, milletin idare edenler üzerindeki murakabesi sayesinde, siyasî hürriyeti temin etmektir” (İnan, 2010).

Atatürk’ün bu sözünden de anlaşıldığı gibi yeni Türk Devleti’nin siyasi rejiminin, demokratik temeller üzerine oturtulması istenmektedir. Görüldüğü gibi Cumhuriyet dönemindeki çağdaşlaşma sürecinde Laiklik ve Demokratiklik kavramlarına mümkün olabildiğince işlerlik kazandırılmaya çalışılmıştır. Bu kavramların Modernleşme bağlamında siyasal, sosyal ve iktisadi alanlardaki yansımalarını alt başlıklar halinde inceleyelim:

Siyasal Hayatta Modernleşme:

Modernleşmenin siyasal ayağında yapılan değişikliklerin kalıcı olması sebebiyle şartların olgunlaşması beklenmiş ve reformlar kademeli bir geçişle uygulamaya konulmuştur. Bu reformlardan bazıları sırasıyla:

- Saltanatın Kaldırılması (1 Kasım 1922)
- Cumhuriyetin ilanı (29 Ekim 1923)
- Halifeliğin Kaldırılması (3 Mart 1924)

Saltanatın kaldırılmasıyla laikliğe geçişin ilk izleri görülmeye

başlanmıştır. Bununla birlikte dinsel ve siyasal gücü elinde tutan kurumsal yapıların laik kurumsal yapılara ikamesi de sağlanmıştır. Saltanat kaldırıldıktan sonra 29 Ekim 1923'te olağanüstü şartlar altında Cumhuriyet ilan edilmiş ve yeni Türk Devleti'nin siyasî rejiminin demokratik bir rejim olması kararı alınmıştır. Atatürk, bu dönemdeki çeşitli beyanlarında demokratik rejime olan inancını tekrarlamıştır. Meselâ 11 Aralık 1924 tarihinde Times muhabirine verdiği demeçte şunları söylemiştir: “Millî egemenlik esasına dayanan ve özellikle Cumhuriyet idaresine malik bulunan memleketlerde siyasî partilerin varlığı tabiidir. Türkiye Cumhuriyeti'nde de, birbirini denetleyen partilerin doğacağına şüphe yoktur” (Anonim, 1954).

1924 Kasımında Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası adı altında bir muhalefet partisi kurulmuş fakat , bu çok-partili hayat denemesi 3 Şubat 1925'te Doğu Anadolu'da baş gösteren Şeyh Sait isyanı sebebiyle fazla uzun sürememiştir. Atatürk, 1930 yılında çok-partili hayata geçmeyi tekrar denemiş, bu amaçla 12 Ağustos 1930 tarihinde Serbest Cumhuriyet Fırkası kurulmuştur. Ancak bu çok partili hayata geçiş çabası da devlet ve rejim düşmanlarının partiye sızdığı gerekçesiyle üç ay sonunda sonlanacaktır. Bu denemenin de istenilen sonucu vermemiş olmasına rağmen, ünlü Fransız anayasa hukukçusu ve siyaset bilimcisi Maurice Duverger'in belirttiği gibi, bu denemelerin yapılmış olması bile “tek başına derin bir anlam taşımaktadır. Hitler Almanya'sında, ya da Mussolini İtalya'sında böyle bir şey düşünülemezdi ... Bunlar, her şeye rağmen, Kemal rejiminin plüralizme üstün bir değer tanıdığını ve pluralist bir devlet felsefesi çerçevesinde faaliyet gösterdiğini ifade etmektedir (Duverger, 1974).

Birçok başka çağdaş siyasal bilimciler de, benzer gerekçelerle, Kemalist siyasî rejime “gizil (potansiyel) demokrasi” (Duverger, 1974) veya “vesayetçi (eğitici) demokrasi” (Özbudun, 1981) sıfatlarını yakıştırmışlardır. Cumhuriyet ilan edildikten sonra milli egemenliği hakim kılma konusunda gerçekleştirilen yeniliklerin Atatürk'ün, demokrasiyle tanımladığı Cumhuriyetin bekası için yapıldığını söyleyebiliriz.

Devletin siyasal rejiminin Cumhuriyet olarak belirlenmesinden sonra 3 Mart 1924 'te Hilafet ile aynı zamanda Evkaf ve Şeriye Vekâletinin kaldırılması ise Laiklik ilkesiyle ilgili olarak atılan diğer bir adım olmuştur. 1937 yılında ise "laiklik" anayasada ifadesini bularak, anayasal güvenceye kavuşturulmuştur.

Sosyal Hayatta Modernleşme

Sosyal hayatta gerçekleştirilen reformlar; hukuk alanında, sosyal alanda ve eğitim alanlarında gerçekleştirilen yenilikler başlıkları altında incelenecektir.

Hukuk Alanındaki Yenilikler

Tanzimatla beraber hukuk alanında gerçekleştirilen yenilikler yargı alanında ikili bir yapı oluşturmuş hukukun birliğini zedelemiştir. Bu haliyle Osmanlı hukuk sistemi yeni kurulan Cumhuriyetin ihtiyaçlarını karşılamakta yetersiz kalmıştır. Laiklik ilkesinin kabul edilmesiyle birlikte bir dizi hukuksal değişiklikler yapılmıştır. Batı hukuku örnek alınarak yeni bir hukuk sistemi oluşturulması kararlaştırılmıştır. Yeni Hukuk sistemiyle ilgili gerçekleştirilen yeniliklerden bazıları şunlardır:

- Mecellenin kaldırılması (1924-1937)
- Türk Medeni Kanunu ve diğer kanunların çıkarılması (1924-1937)

ile laik hukuk düzenine geçilmiş ve Türk hukuk sistemi yeni çehreye kavuşturulmuştur.

Sosyal Alandaki Yenilikler

Sosyal hayatta yönelik olarak yapılan çalışmalar oldukça kapsamlı ve hemen hemen sosyal hayatın her alanını modernleşme bağlamında revize etmeye yönelik olarak gerçekleştirilmiştir:

- Şapka ve kıyafet devrimi (25 Kasım 1925)
- Tekke, zaviye ve türbelerin kapatılması (30 Kasım 1925)
- Uluslararası saat, takvim ve uzunluk ölçülerinin kabulü (1925-1931)

- Kadın ve erkeklere eşit haklar verilmesi (1926-1934)
- Soyadı Kanunu (21 Haziran 1934)
- Lakap ve unvanların kaldırılması (26 Kasım 1934)

Laiklik ilkesinin kabulünün bir çok alanda olduğu gibi toplumsal hayatta da yansımaları olmuştur. Örneğin, kadının toplumsal yaşamdaki ikincil durumu Cumhuriyetle beraber pozitif yönde değişikliğe uğramıştır. 1930'da Belediye seçimlerine katılma, 1934'de Milletvekili seçimlerine katılma gibi kazanımlar elde etmişlerdir. Yukarıda maddeler halinde sıralanan sosyal alanda gerçekleştirilen yeniliklerin tamamı toplumsal ayrıcalıkların kaldırılması ve modernleşmenin bu alanlara da iktisap edebilmesi amacıyla.

Eğitim ve Kültür Alanındaki Yenilikler

Eğitim alanındaki çağdaşlaşma girişimleri Tanzimat döneminde başlamıştır. Yargı kurumlarından sonra geleneksel ve modern kurumların bir arada varlıklarını sürdürdüğü diğer bir alan da eğitim olmuştur. Eğitim ve kültür Cumhuriyet modernleşmesinin radikalleştiği bir alandır. Bunun sebebi Cumhuriyetin Felsefesinin ne olduğunu bilen bireylerin yetişmesini sağlamaktır. Bireylerin yetiştirilmesine yönelik olarak eğitim alanında gerçekleştirilen yeniliklerden bazılarına göz atalım;

- Öğretimin birleştirilmesi (3 Mart 1924)
- Yeni Türk harflerinin kabulü (1 Kasım 1928)
- Türk Dil ve Tarih kurumlarının kurulması (1931-1932)
- Üniversite öğreniminin düzenlenmesi (31 Mayıs 1933)
- Güzel Sanatlarda yenilikler

3 Mart 1924 tarihli Tevhid-i Tedrisat Kanunu ile eğitim alanındaki ikili yapı ilga edildi. Bütün okullar Milli Eğitim Bakanlığına bağlandı. Dönemin bir diğer eğitim reformu Latin Harflerinin kabulü olmuştur. 1 Ekim 1928'de yeni Türk Harfleri yürürlüğe girmiş, yeni alfabe ile toplumdaki okuma yazma oranı kısa sürede artmıştır. Bu dönemde üniversitelerde de radikal reformlara gidilmiştir. 1933 yılında

çıkarılan bir kanun ile ilk kez “üniversite” sözcüğü kullanılmıştır. 1933-1987 yılları arasında kurulan bazı üniversiteler: İstanbul Üniversitesi (1933), İstanbul Teknik Üniversitesi (1945), Ankara Üniversitesi (1946), Ege Üniversitesi (1955), Karadeniz Teknik Üniversitesi (1955), ODTÜ (1957), Dicle Üniversitesi (1973) vb.

Türk dilinin ve tarihinin araştırılması, geliştirilmesi amacıyla Türk Dil Kurumu ile Türk Tarih Kurumu kurulmuştur. Türk Dil Kurumu (TDK), Türk Dili Tetkik Cemiyeti adıyla 12 Temmuz 1932’de Atatürk’ün talimatıyla kurulmuştur.

Türk Dil Kurumu başlangıçtan beri çalışmalarını iki ana eksen üzerinde yürütmüştür:

- Türk dili üzerinde araştırmalar yapmak, yaptırmak,
- Türk dilinin güncel sorunlarıyla ilgilenerek çözüm yolları bulmak (TDK, 2016).

Türk Tarih Kurumu da tıpkı Türk Dil Kurumu gibi Atatürk’ün direktifleriyle kurulan kurumların başında gelmektedir. Atatürk, özellikle Avrupa devletlerinin ders kitaplarında yer alan Türklerin ikinci sınıf bir millet oldukları (secondaire) iddialarına ve “barbar” deyimini kullanılarak bir istilacı kavim şeklinde gösterilmelerine karşılık, bunun böyle olmadığını ve cihan tarihinde en eski çağlardan beri hakiki yerinin ne olduğunu ve medeniyete ne gibi hizmetlerinin bulunduğunun araştırılması gerektiğine inanmaktaydı.

İşte bu sebeple 1932 yılında Türk Tarih Kurumu kurularak bu kurumun günümüzde de tüzel kişiliği haiz anayasal bir kurum olarak devamlılığı sağlanmıştır.

7 Kasım 1982’de kabul edilen Türkiye Cumhuriyeti Anayasası’nın 134. maddesi (Atatürkçü düşüncüyü, Atatürk ilke ve inkılâplarını, Türk kültürünü, Türk tarihini ve Türk dilini bilimsel yoldan araştırmak, tanıtmak ve yaymak amacıyla; Atatürk’ün manevî himayetlerinde, Cumhurbaşkanının gözetim ve desteğinde,

Başbakanlığa bağlı; Atatürk Araştırma Merkezi, Türk Dil Kurumu, Türk Tarih Kurumu ve Atatürk Kültür Merkezinden oluşan, kamu tüzel kişiliğine sahip “Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu” kurulur.) ile kurulan Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu bünyesine dahil edilmiştir. Türk Tarih Kurumu (TTK) bu dönemden itibaren de ilk kuruluş amaçları doğrultusunda çalışmalarına devam etmiş ve etmektedir (TTK, 2016).

Güzel sanatlar alanında Cumhuriyet dönemi yenilikleri güzel sanatların modernleştirilmesine yöneliktir. 1951 yılında fikir ve sanat eserleri kanuni düzenlemeye tabi olurken bu kanunla amaçlanan Türkiye Cumhuriyeti'nin sanat yaşamının düzenlenmesi olmuştur.

Ekonomik Hayatta Modernleşme

Atatürk ekonomik bağımsızlığı, tam bağımsızlığın sağlanabilmesinin önemli koşullarından biri olarak görmüştür. Bu yönde yapılan reform çalışmalarından bazıları şunlar olmuştur:

- Aşârın kaldırılması
- Çiftçinin özendirilmesi
- Örnek çiftliklerin kurulması
- Sanayiye Teşvik Kanununun çıkarılarak sanayi kuruluşlarının kurulması
- I.ve II. Kalkınma Planlarının (1933-1937) uygulamaya konulması, yurdun yeni yollarla donatılması

İktisadi hayattaki modernleşmeyi anlayabilmek açısından Türkiye Cumhuriyeti ekonomisini önceleyen Osmanlı iktisadi hayatına göz atacak olursak Osmanlı sanayisinin gelişmemesinin en büyük nedenleri olarak kapitülasyonlar, imtiyazlar ve Duyun-u Umumiye İdaresi'ni gösterebiliriz. Cumhuriyet yönetimi öncelikli olarak Duyun-u Umimiye'yi kaldırmış, bununla birlikte bu kurumun borçlarını da üstlenmek zorunda kalmıştır. Ekonominin bu olumsuz durumu karşısında Atatürk “ekonomik bağımsızlık olmadan siyasi bağımsızlığın da olmayacağı” düşüncesi ile 17 Şubat 1923'te İzmir iktisat Kongresini toplamıştır.

İzmir İktisat Kongresi istişarî bir nitelik taşımasına rağmen, 1923-1929 dönemindeki liberal iktisat politikasının çekirdeğini oluşturmuştur. Nitekim kongre kararlarının bir kısmı uygulanmıştır (İlkin, 1971). Kongre kararlarının tamamıyla uygulanamamasının sebepleri arasında 1'inci Dünya Savaşı'nın olumsuz etkileri ile 1923 Türkiye'sinin içinde bulunduğu siyasi ve ekonomik konjonktür gösterilebilir.

İzmir İktisat Kongresinde alınan kararlar doğrultusunda 1923-1929 yılları arasında Cumhuriyet'in ekonomi felsefesi ve iktisat politikası yaklaşımı "Misak-ı İktisadi" diye nitelendirilen bir kavram çerçevesinde belirlenmiştir. Misak-ı İktisadi; yurt içi sanayii kurmayı ve geliştirmeyi amaçlayan, özel girişime öncelik veren ve mülkiyet haklarına saygılı bir ekonomik sistemi oluşturmayı amaç edinmiştir (Demir, 1994). Bu amaçlardan hareketle kamu otoritesinin kamu maliyesi alanında gerçekleştirdiği en önemli etkinliklerden birisi, kamu gelirleri içerisinde, önemli bir yer tutan aşar vergisinin 17 Şubat 1925 tarihinde 552 Sayılı Kanun ile kaldırılması olmuştur (Tezel, 2002).

Devletin bu dönemdeki ekonomik faaliyetlerinden bir diğeri de ulaştırma alanında olmuştur. Ulaşım ağının kurulması ekonomik ve askeri açıdan çok önemliydi. Osmanlı döneminde yabancı şirketlerin denetiminde bulunan demiryolları, 1924 yılında Anadolu demiryollarının devletleştirilmesi hakkındaki kanun kabul edilerek demiryolları devletleştirilmiş diğer taraftan da yeni demiryollarının yapımına önem verilmiştir. Ulaştırma alanında yapılan diğer bir atılım da denizcilik sektöründedir. Osmanlı devleti döneminde birçok limanın işletilmesi yabancıların elindeydi. 1926 yılında Kabotaj Kanunu çıkartılmış buna istinaden Türk deniz ticaretinin ve taşımacılığının gelişimi sağlanmıştır. Ayrıca havacılık alanında da gelişmeler yaşanmış 1926 yılında Kayseri'de uçak fabrikası açılmıştır (Çoşkun, 2003). Ülkenin gelişimine büyük katkı sağlayacağı düşüncesiyle Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşuyla birlikte Osmanlı Devleti'nden devralınan oldukça yetersiz durumdaki ulaşım sistemini geliştirme çalışmalarına büyük önem verilmiştir.

Tarımsal faaliyetlerin desteklenmesi ve geliştirilmesi bakımından ise 1923-1929 yılları arasında Türkiye koşullarına uygun kooperatif ve diğer hukuk düzenlemeleri üzerinde durulmuştur. Tarımsal kredi kooperatifleri için 1924'te İtibar-ı Zirai Birlikler Kanunu çıkarılmıştır. Bu kanun 1929'da geliştirilerek Zirai Kredi Kooperatifleri Kanununa çevrilmiştir (Çıkm, 2003). Cumhuriyet'in kurucu yöneticisi olan M. Kemal Atatürk'ün çözülmesinde ivedilik gördüğü iktisadi sorunlar, esas olarak bir yanda ülkede üretimin (sınai) ve istihdamın artırılması iken, diğer yanda ise maliye dengesinin, fiyat istikrarının ve ödemeler dengesinin denkleğinin sağlanması olmuştur.

Bu amaçların gerçekleştirilmesinde temel seçiş ise iktisadi hürriyetçilik olmuştur (Balkanlı, 2002). Bu bağlamda 28 Mayıs 1927'de çıkarılan Teşvik-i Sanayi Kanunu ile özel sanayi teşebbüsleri desteklenmiştir. Bu dönemin başlıca özelliğı zorunlu bir liberal dönem yaşanmış olmasıdır. Bu zorunlu Laissez Faire (İlk kez Fizyokratlar tarafından «laissez-faire, laissez-passer», “bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler” sloganıyla savunulan klasik liberalizmin iktisadi düşüncesidir.) döneminin ardından gerek 1929 yılında bütün dünyayı etkileyen Büyük Buhran'ın etkisiyle gerekse sermaye ve girişimcilik yetersizliğıyle Türkiye Cumhuriyeti Devleti devletçilik politikası izlemeye başlamıştır.

“Devletçilik” 1932-1939 yılları arasında Türkiye'nin resmî iktisat politikası olarak uygulanmıştır. Bu, kendine özgü “özel ekonomik rejim dogmatik yahut doktriner değıl, tamamen pragmatik esaslara dayanmaktaydı. Bu rejim yoğun devlet yatırımlarına yer veren karma ekonomi sisteminden başka bir sistem değıldir” (Hiç, 1974).

Ülke ekonomisinin geliştirilmesine yönelik olarak sanayileşmeye ağırlık veren bir kalkınma stratejisi tercih edilmiştir. Bunun sebebi sanayileşmenin diğer kesimler bakımından lokomotif görevini üstleneceğinin düşünülmesidir. Devletçi Sanayileşmeye paralel olarak 1933'te I. Beş Yıllık Sanayileşme Planı hazırlanmıştır. Bu plan çerçevesinde ekonomik kalkınma açısından izlenen devletçi politika sonucu 1929- 1938 yılları arasında önemli devlet bankaları

faaliyete geçmiştir. Kurulan bu bankaların genel özelliği belirli bir sektörü veya toplumsal kesimi desteklemek üzere faaliyete geçmeleridir. Bu dönemde kurulan bankalar; Sümerbank, Etibank, Denizbank, Belediyeler Bankası, Türkiye Halk Bankası, T.C. Ziraat Bankası (Yeni Düzenleme ile) ve Türk Ticaret Bankasıdır (Paçacı, 1998). 1937’de II. Beş Yıllık Sanayileşme Planı hazırlanmış fakat II. Dünya Savaşı nedeniyle uygulamaya konulamamıştır.

Cumhuriyeti ilan eden siyasi kadro, ülkenin maddi ve fiziki imkanlarındaki kısıtlı şartlara rağmen, değişimin iktisadi ayağında, ekonomik yapı ve kurumları modernleşme yönünde oluşturmaya çalışmıştır. Çalışmıştır, dememizin sebebi ülkenin yeni bir savaştan çıkmış olması ve bu savaş nedeniyle tüm kaynakların kullanılması sonucunda zayıflamış güçsüz bir ekonomiye sahip olmasıdır.

Sonuç

Son söz olarak, çok uluslu bir İmparatorluktan ulus-devlete geçilirken siyasal yaşam biçimi olarak Teokratik Monarşi yerine Cumhuriyet benimsenmiştir.

Türkiye Cumhuriyeti, Türk toplumunun siyasi, iktisadi ve sosyal yapısını yenilemeyi, öncesinde Tanzimattan başlayan ve Cumhuriyet döneminde hız kazanan bir ivmeyle kendisine hedef olarak belirlemiştir. Türk Modernleşme dinamikleri, toplumsal gelişmenin bir yansıması olarak değil de siyasal grupların modernleşmeye dönük düşünceleriyle şekillenmiştir. Bu düşüncelerin temeli sınıfsal bir zümre yerine tüm milleti kapsayıcı bir ana fikir üzerinde yükselmiştir. Türk toplumu Modernleşme sürecine devrim niteliğinde bir dizi reformla dahil olmuştur. Reformlarla yapılmak istenilen ulus-devleti oluşturmak “ulusal kültür” bilincini geliştirmek, milli egemenliği hakim kılarak “demokrasi” ve “laiklik” kavramlarını kurumsallaştırıp modernleşme yolundaki engelleri kaldırmaktır. Engelleri kaldırmaya yönelik inkılaplar ve düzenlemeler ülkenin kendine özgü koşulları içerisinde gerçekleştirilmiştir. Bu konuyla ilgili olarak Mustafa Kemal Atatürk 24 Temmuz 1922’de Metin Gazetesi yazarına verdiği demeçte şöyle demiştir:

“Türk demokrasisi; Fransız Devriminin açtığı yolu izlemişse de kendine özgü ayırıcı yanlarla gelişmiştir. Çünkü her ulus, kendi devrimini kendi toplum çevresi gereklerine ve gereksinmelerine, iç durum ve konumuna, devrimini yaptığı zamana göre yapar.”

Atatürk'ün de söylediği gibi Türk demokrasisinin kendine özgü koşullar içerisinde gerçekleşmiş olması, Türk milletinin sorumluluk duygusu ve medeni cesareti, modernleşmeye dönük çalışmaların başarıya ulaşmasını sağlamıştır. Başarıya ulaşabilmiş olmasının en önemli sebebi ise Türk halkının modernleşmenin amacını anlamış olmasındadır.

“İnkılâbın hedefini kavramış olanlar daima onu muhafazaya muktedir olacaklardır.”

Kemal ATATÜRK

Kaynaklar

- [1] Anonim, (1954), “*Atatürk'ün Söylev ve Demeçleri*”, S.76, c. III, Türk İnkılâp Tarihi Enstitüsü Yayınları, Ankara.
- [2] Balkanlı, A. O. , (2002) “*Türkiye’de Ekonomik Gelişme ve Kriz (Gelişmekte Olan Ekonomi Örneği Olarak Türkiye’de Ekonomik Gelişme Sorunu) 1839-1979*”, s.85, Filiz Kitabevi Yayınları, İstanbul.
- [3] Berkes, N., (2002) “*Türkiye’de Çağdaşlaşma*” ,s.20, Yapı Kredi Yayınları ,İstanbul.
- [4] Coşkun, A., (2003) ,“*Cumhuriyetin İlk Yıllarında Türkiye Ekonomisi*”, s.74, Atatürkçü Düşünce Dergisi, Sayı:4.
- [5] Çıkin, A., (2003), “*Atatürk Dönemi Ekonomi Politikaları ve Kooperatifçilik*”, s.28, YAR Müdafaa-i Hukuk Dergisi, Sayı:62.
- [6] Demir, G., (1994),“*Devlet Ekonomi İlişkisinde Dönüşüm*”, s.51,Beta Basım Yayım, İstanbul.
- [7] Duverger, M., (1974),“*Siyasî Partiler*” ss.360-361;363-364, Bilgi Yayınevi, Ankara.
- [8] Gürkan, Ü., (1969) “*Sosyal Değişmeler*”, s.455, Prof. Dr.Yavuz Abadan’a Armağan AÜSBF Yayınları, Ankara.

- [9] Hiç, H.M., (1974), “*Kapitalizm, Sosyalizm, Karma Ekonomi ve Türkiye*”, s.116 ,İ.Ü. İktisat Fak. Yay. İstanbul.
- [10] İlkin, A., (1971), “*Türkiye’de Sanayi Politikası (1923-1973)*”, s.382, İktisat Fakültesi Mecmuası, cilt.30, No. 1-2.
- [11] İnan, A., (2010), “*Medenî Bilgiler*”,s.74, Toplumsal Dönüşüm Yayınları, İstanbul.
- [12] Karpat, K., (2007), “*Türkiye’de Siyasal Sistemin Evrimi*”, s.11, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.
- [13] Ortaylı, İ., (2008), “*İmparatorluğun En Uzun Yüzyılı*”, ss.15-36-37 Timaş Yayınları, İstanbul.
- [14] Özbudun, E.,(1981),“*The Nature of the Kemalist Political Regime,*” Ali Kazancıgil ve Ergun Özbudun (ed.) Atatürk: Founder of a Modern State, ss.79-102, C. Hurst, London
- [15] Paçacı, C., (1998), “*Cumhuriyet Döneminde Türk Bankacılık Sektörü*”, ss.3398-3406, Yeni Türkiye Dergisi, Sayı:23-24
- [16] Tezel Y. S., (2002) “*Cumhuriyet Döneminin İktisadi Tarihi (1923-1950)*”, s.373, Yurt Yayınevi, İstanbul.

İnternet Kaynakları

- [17] TDK, (2016), http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=77, (04.02.2016)
- [18] TTK, (2016), <http://www.ttk.gov.tr/index.php?Page=Sayfa&No=1> anayasa 134, (04.02.2016)

Masal Kitaplarının 5-6 yaş Grubu Okul Öncesi Eğitim Çocuklarının Gelişimi Üzerindeki Olumlu ve Olumsuz Etkileri

Zühre Koç¹
Somayyeh Radmard²

Özet

Kitap, okul öncesi çocuklarının gelişiminde etkili olan önemli ve etkili bir uyarıcı araçtır. Okul öncesi dönem çocuğu için bu denli önemli olan kitapların en etkileyicisi olanı ise masallardır. Masallar olağanüstü olayların, kahramanların olduğu ve çocuğu renkli diyarlarla tanıştıran büyüü bir dünyadır. Bu araştırma Çocuk Edebiyatı yazını olan masal kitaplarının nitelikleri ve çocuğu gelişimine etkilerini araştırmak amacıyla yapılmıştır. Araştırma 1994- 2015 yılları arasında yayınevleri tarafından okul öncesi yayınları türünde yayınlanmış ve hala 5-6 yaş grubu anasınıfı kitaplıklarında yer alan 27 adet masal kitabı incelenerek yapılmıştır. Araştırmacıların yazılı kaynaklarda belirttikleri bilgiler incelendiğinde masal kitaplarının Çocuk Edebiyatı kriterleri açısından ve çocuğu gelişimine etkileri açısından nitelikleri ve etkileri incelenmiştir. İnceleme sonucunda masalların olumlu etkilerinin gelişimsel açıdan önemli bir yeri olduğu, bunun yanı sıra olumsuz etkilerinin de olabileceği görülmüştür. Bu gözlemler doğrultusunda masal kitaplarının olumlu ve olumsuz etkileri belirlenerek elde edilen bulgular sonucunda masal kitaplarının okul öncesi 5-6 yaş çocuklarının duygusal ve davranışsal olarak nasıl etkileneceği belirtilerek alınacak önlemler sonuç bölümünde belirtilmiştir. Ayrıca çocuğu edebiyatı kurallarına, çocuğu psikolojisi kriterlerine ve günümüz koşullarına uygun masal yazımı hususunda yeniden doğan bir ihtiyacın da gereklilik olduğu fark edilmiştir.

^{1*} *İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü İşletme Yönetimi Bölümü, Adres Cumhuriyet mh. Şimşek sok.11. Blok. Daire/9,*

Büyükkçekmece/İstanbul.Tel: 0-533-558 56 84: zuhre.1976@hotmail.com.tr

² *İstanbul Aydın Üniversitesi, Sınıf Öğretmenliği Bölümü, sradmard@aydin.edu.tr*

Anahtar Kelimeler: *Okul öncesi çocukları, masal kitapları, metin, olumlu ve olumsuz gelişim özellikleri.*

The positive and the negative effects of the fairy tale books on the development of the preschool education children aged from 5 to 6

Abstract

A book is an important and effective stimulant tool which effects the development of the preschool children. The most effective books which are very important for the preschool education children are the fairy tales. Fairy tales are magical worlds where there are extraordinary events and heroes and which introduce children colorful countries. This thesis is done for the aim of searching the effects and the qualities of the fairy tale books which are on children literature of children development. The thesis is done by searching the twenty seven fairy tale books which have been published by publishing companies on the type of preschool between 1994 and 2015 and are still on the shelves of the preschools aged 5 to 6. When the information which is stated on the written sources by the researches is examined, the effects and the qualities of the fairy tale books are observed in terms of children literature criteria and children development. At the end of the survey, it is seen that the positive effects of the fairy tale books have an important role for the developmental process as well as having negative effects. In the direction of these observations, with the results of the facts of their positive and negative effects, the precautions are stated in the result part by indicating how fairy tale books influence the preschool children aged 5 to 6 emotionally and behaviorally. Moreover, it has been realised that a newborn need for fairy tale writing which is suitable for children literature rules, children psychology criteria, and today's conditions is necessary.

Keywords: *Preschool children, fairy tales, text, positive and negative development features*

Giriş

0-6 yaş arası kaplayan okul öncesi eğitim dönemi, yaşamsal becerilerin- alışkanlıkların kazanılması ve geliştirilmesi bakımından gelecek yaşantılarının temelini oluşturmaktadır. Yaşamın en kritik dönemi olan okul öncesi eğitim dönemindeki çocukların, yaşça kendisinden daha büyük olan çocuklar ve yetişkinler kadar nesnel düşünemedikleri, olaylar ve nesnel arasında nesnel ve fiziksel bağlar kuramadıkları, benmerkezci oldukları, hayal ile gerçekliği çoğunlukla birbirinden ayıramadıkları görülmüştür (Yavuzer, 1999). Kısaca, okulöncesi dönemde kazanılan tüm öğrenme ve becerileri, çocukların okulda ve özel yaşantısındaki öğrenme durumlarını etkilemektedir (UNESCO, 1999'dan Sever, 2002b). Sonuç olarak, okulöncesi dönemde bilişsel ve duyuşsal becerilerin gelişimine olanak sağlayacak gerekli uyarıcılarla etkileşime giren çocuk, hayatının sonuna değin kullanabileceği beceri ve davranışlar edinme şansını da yakalayacaktır. Çocukların sağlıklı eğitim olanağına kavuşabilmelerinde yazınsal çocuk eserlerinin önemi ve işlevi bilinmektedir (Sever, 2010). İyi bir çocuk kitabı, çocuğun kendisini daha iyi tanımasına, gerekiyorsa davranışlarını değiştirmesine ve kişiliğini geliştirmesi için çocuğa kılavuzluk yaparken çocuğa yaşamın değişik yönlerini öğrenmesinde, değişik insan tiplerini tanımasında, başka ülkeler ve toplumlar hakkında bilgi edinmesinde çok zengin bilgiler sağlayarak fayda sağlamalıdır (Şirin, 1994; Sever, 2003).

Çocuğa yönelik hazırlanan yayınlarda, sanatsal ve edebi unsurlar birbiri ile örtüşmeli, birbirini tamamlamalıdır. Ancak bu unsurlara dikkat edildiğinde, okul öncesi çocuklarına özgü olduğu ve edebi değer taşıdığını ifade etmek mümkün olacaktır (Özel, 2002). Çocuk edebiyatı ürünleri çocuklarda okuma ilgisi, sevgisi ve alışkanlığını kazandıran eserler olması açısından olduğu kadar, çocukları nitelikli metinlere yönlendirmeleri açısından da önem arz eder. Okul öncesi çocukları, oyun çağı çocukları olduğundan, bu dönemde kitaplar; renkleri ve hareketli oluşları gibi cazip özellikleriyle birçok yönden daha ilgi çekici olan oyuncaklarla, rekabet etmek durumundadır. Bu nedenle kitaplar da oyuncaklar kadar ilgi çekici olmalıdır (Alpay ve Anhegger, 1975).

Çocuk edebiyatı eserleri açısından ilk karşılaşılan unsur masallardır. Birçok çocuk, eğitim hayatına başlamadan önceki yaşantısında masallarla aileleri aracılığıyla tanışmıştır. Masallar; yer, zaman, konu gelişimi, karakterler, biçim ve tema özellikleri açısından farklıdır. Bu sebeple masallar diğer çocuk kitabı türlerinden ayrı düşünülmeli ve detaylı bir şekilde incelenmelidir (Norton, 1987). Çocukların hayatında böyle büyük bir yere sahip olan, çocuğun rengarenk bir dünya ile tanışmasını sağlayan masal kitaplarına, gereken titizliğin gösterilmesi oldukça önemlidir. Bu sebeple çocuk kitabı yazarın bireylerin, çocuk gelişimi hakkında bilgili olması, çocuk ruhunu iyi tanınması ve hitap edebilmesi, çocukların ilgi ve isteklerini iyi bilmesi, vermek istediği mesajları açık ve net bir şekilde akıcı anlatım tarzı ile anlatabilmesi gereklidir. Çocuk kitabı yazarının anlattığı olayları, doğal bir anlatım kullanarak yazması bir zorunluluktur (Ataseven ve İnandı, 2000; Tekin, 2005). Çocuk kitabı yazarı, anlattığı olayların çocukların iç dünyasında yaratacağı etkiyi de düşünmeli ve bu doğrultuda anlatım yapmalıdır. Özellikle okul öncesi eğitim, ilk etapta temel gereksinimleri olan duyguları hissetmelerini sağlayacak; ilgi, sevgi ve güven duygusu, yardımseverlik gibi umut aşıl原因an hislerin çocuğa yansımalarını sağlamalıdır. Yazar anlatımında; çocukta kaygı, korku, güvensizlik gibi duyguları hissettirmemeye özen göstermelidir (Tekin, 2005). Bir diğer önemli unsur da kullanılan gramer yapısıdır. Gramer kurallarına uygun hazırlanan eserler esastır. Kullanılan kelimeler günlük dilde karşılaşılan sözcüklerden seçilmeli, argo kelimeler kullanılmamalı, çocukta olumsuz davranışlara sebep olacak kelimeler kullanılmamalıdır (Oğuzkan, 1997). Tüm bu uyarıcı öğeler incelendiğinde, çocuğun hayatın da, özellikle de eğitim süreci açısından incelendiğinde son derece öneme sahip olan masal kitaplarının, çocuk gelişimine olumsuz etkisinin olup olmadığı da bir soru işareti niteliği taşımaktadır. Masallar detaylı incelendiğinde; bazı masalarda insanlara zarar veren avcılar, çocuklarını öldürmek isteyen üvey anneler, yakılarak öldürülen cadılar çocukların karşısına çıkabilmektedir. Hansel ve Gretel Masalı'nda, ailesi geçim sıkıntısı yaşayan ve üvey anne baskısı ile ormana bırakılan çocukların başına gelen olaylar, çocukta güven duygusunun sarsılmasına neden olurken, kötü kalpli cadının da onlara karşı sergilediği şiddet içeren

davranışlar çocukta korku ve şiddet davranışını öğrenmesine neden olabilmektedir(Sever, 2003). Okul öncesi eğitim alanında çalışmalar yapan ve 20. yüzyılın ilk dönemlerinde önemli bir model ortaya koyan Montessori de, çocukların bu dönemde düşünce sistemlerinin tam olarak gelişmemiş olması nedeniyle düşürünü olan anlatımları gerçek olarak algılayabilecekleri için, ilkokula başlama yaşına dek, gerçeküstü karakter ve olaylar içeren masal ve hikayelerin çocuklara sunulmamasının doğru bir tavır olduğunu belirtmiştir (Güleç ve Geçgel, 2005). Bu durum göz ardı edildiğinde okul öncesi çocuğunun iç dünyasında çeşitli korkular gelişerek, şiddete eğilimli bir yapıya sahip olmalarına, güven duygusundan yoksun ve bencil bir kişilik yapısının gelişmesine sebep olabileceği görülmektedir. Sever (2002)'e göre; çocukların taklit ettikleri modellerin, çocuk tabiatına, gelişim süreci özelliklerine uygun olmayan unsurlarla karşılaşmalarının zararları üzerinde durmuştur. Sever; hedefine şiddet kullanarak ulaşan masal ve öykü karakterlerinin, çocuklar tarafından bir özdeşim ögesi olarak görüldüğünü, bu durumun çocuklarda ruhsal sorunlara neden olabilecek mesajlar içerdiğini vurgulamıştır. Araştırmada amaç; masal kitaplarının özelliklerini ortaya koyarak, okul öncesi eğitim çocuklarına uygun olup olmadığını gözler önüne sermektir. Bir diğer amaçta çocuk kitaplarının yeterince denetlenmesinin önemini vurgulamak ve özellikle okul öncesi çocukları için nitelikli eserler üretilmesinin önemini fark ettirmektedir.

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Araştırmada, tarama-betitleme modeli kullanılmıştır. Çocuk edebiyatı yazını olan masal kitaplarının nitelikleri ve çocuk gelişimine etkilerini araştırmak amacıyla, nitel araştırma tekniği olan “gözlemle veri toplama tekniğinin” yazılı kaynak tarama modeli ile seçilen kaynaklardan bilgi toplanarak yapılmıştır. Bu çalışmada, 1994- 2015 yılları arasındaki süreçte yayınevleri tarafından okul öncesi yayınları başlığı altında yayınlanmış, hala satışa sunulan ve özellikle okul öncesi kurumları tarafından kullanılan masal kitapları araştırılmıştır. Masal kitaplarındaki paragrafların anlam bakımından yansıttığı

duygu ve davranışsal etkileri incelenmiş, olumlu ve olumsuz etkileri açısından mevcudiyeti ve kullanılma sayısı açısından belirtilen durumun gözler önüne serilmesi planlanmıştır. İncelemeye alınan etkileri, rastlanma sayıları “Tablo-1” ve “Tablo-2” de gösterilmiştir. Tablo- 1 de masalların 5-6 yaş okul öncesi eğitimi çocuklarına olumlu etkilerinin oranı açıklanmış, Tablo- 2 de ise masalların 5-6 yaş okul öncesi eğitimi çocuklarına olumsuz etkilerinin oranları açıklanmıştır.

Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini okul öncesi eğitim çocukları için hazırlanmış yayınlar oluştururken, örneklemini ise 5- 6 yaş grubu okul öncesi eğitimi çocuklarının eğitiminde kullanılan 27 adet masal kitabı oluşturmaktadır.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmada çocuk edebiyatı ile ilgili yazılı kaynaklar ele alınmıştır. Çocuk Edebiyatının, çocuk gelişimindeki önemi belirtilerek, çocuk kitaplarının dış ve iç özellikleri anlatılmış, masal kitaplarının çocuk gelişimi açısından önemi vurgulanmıştır. Masal kitaplarının çocuk gelişimine etkileri belirtilerek, olumsuz etkilerin giderilmesi amacıyla varılan sonuçlar belirtilmiştir. Bu alanda mevcut yazılı kaynaklar taranarak; bilişsel gelişim, kişilik gelişimi, sosyal-toplumsal gelişim, duygusal gelişim, dil gelişimi gibi alanlara olumlu etkileri belirtilmiştir. Bunun yanı sıra masal kitaplarının çocuk gelişimine olumsuz etkileri olduğu yine yazılı kaynaklarda belirtilen bilgiler doğrultusunda araştırmada yerini almıştır. 27 adet masal kitabı, İstanbul- Büyükçekmece ilçesinde; biri özel, biri devlet okulu olan iki eğitim kurumunun bünyesinde olan 5-6 yaş grubu çocuklarının okuduğu, toplam beş sınıfın kitaplığına dahil olan ve eğitim sürecinde aktif olarak uygulanmış olan masal kitapları arasından gözlem yoluyla seçilmiştir. Kitaplar incelenirken okul öncesi eğitimin hedefleri doğrultusunda duygu ve davranışsal açıdan kriter sayılabilecek özelliklerden oluşan iki adet liste oluşturulmuştur. Olumlu özellikler listesinde 23 madde, olumsuz özellikler listesinde ise 24 madde bulunmaktadır. Paragrafların okunması sonucunda

elde edilen veriler tablolarda belirtilmiştir.

Verilerin Analizi

Masal kitaplarının incelendiği bu çalışma sonucunda, söz konusu olan olumlu ve olumsuz özellikleri ortaya koymak amacıyla değerlendirme formları kullanılarak veriler toplanmıştır. Elde edilen verilerin analizi tablolardan yararlanılarak sayısal verilere dönüştürülmüştür. Çalışmada iki adet tablo oluşturulmuştur. Birinci tabloda olumlu özellikler sayısal verilerle ifade edilmiş, ikinci tabloda ise olumsuz özellikler incelenerek sayısal veriler belirtilmiştir. Nitel araştırma deseninin kullanıldığı çalışmada “sözcük analiz birimi” olmak üzere bir adet analiz birimi kullanılmıştır. Masallar paragraflar okunarak, titizlikle incelenerek kişiye yansıttığı duygu ve davranışsal etkileri açısından değerlendirilmiştir. Elde edilen veriler sayısallaştırılırken hazırlanan değerlendirme tablosunda kitapta hiç rastlanmayanlar sayısal olarak belirtilirken, rastlananların sayısı da sayısal olarak belirtilerek yüzdesi alınarak belirtilmiştir. Ayrıca kullanım sıklığını belirtmek amacıyla bir kez rastlanan, iki kez rastlanan, üç kez rastlanan ve dört ve daha fazla rastlanan ifadeleri sayısal olarak listede belirtilmiştir. Sonuçta sütun ortalamaları alınarak olumlu ve olumsuz unsurların kullanılma sıklığı tespit edilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

Bulgular

Tablo 1’i incelendiğinde; Masalların paragrafları okunarak içerik açısından olumlu etkileri irdelenirken % 2,23 oranında olumlu etki yapan paragrafın bulunduğu gözlenmiştir. Olumlu etki yapan paragrafların oranları incelendiğinde % 2,97 nezaket, % 2,16 yardımlaşma, % 3,78 sorumluluk, % 1,35 saygı, % 0,54 sabır, % 2,43 işbirliği, % 3,24 paylaşma, % 1,35 adalet, % 4,32 sevgi/şefkat, % 3,51 merhamet, % 3,24 hoşgörü, % 0,81 doğruluk/dürüstlük, % 1,35 dostluk/arkadaşlık, % 2,7 iyilik, % 1,89 üretkenlik, % 4,05 güven, % 3,24 çalışkanlık, % 1,62 akıllı olmak, % 2,16 dayanışma, % 1,35 çevre bilinci, % 1,35 problem çözme, % 1,89 öğüt verme mesajı içeren anlatımlar görülmüştür. Genel olarak veriler incelendiğinde olumlu unsurların hiç rastlanmayan sütunundaki verilerin % 5,05

olduğu rastlanan durumunun % 2,23 olduğu görülmüştür. Olumlu etki yüzdesinin hiç rastlanmama durumuna göre düşük olduğu dikkati çekmektedir. Bulunan olgulardan tüm olgulara bir ve daha fazla rastlanırken düzenli olma davranışı ve anlamı içeren hiçbir olguya rastlanmadığı gözlenmiştir. Bir kez belirtilenler incelendiğinde; sabır olgusunun % 2,43 oranında görüldüğü, en az görülenin % 0,27 oranıyla sabır ve dostluk/arkadaşlık olgularının görüldüğü, düzenli olma mesajının ise hiç gözlenmediği anlaşılmıştır. İki kez belirtilen olgular incelendiğinde; en az görülen % 0,27 oranında nezaket, saygı, paylaşma, merhamet, dostluk/arkadaşlık ve çevre bilinci olgularının görüldüğü an fazla ise % 1,89 oranıyla çalışkanlık unsuru gözlenmiştir. Üç kez rastlananlar incelendiğinde; % 0,27 oranında nezaket, saygı, sabır, hoşgörü ve öğüt verme unsurlarının en düşük olduğu, en yüksek oranın ise % 1,62 oranında güven unsurunun olduğu görülmüştür. Dört ve daha fazla belirtilen unsurlar incelendiğinde ise; % 0,27 oranında saygı, sorumluluk, adalet, sevgi/şefkat, merhamet, doğruluk/dürüstlük, dostluk/arkadaşlık, güven, çalışkanlık, akıllı olma, dayanışma ve öğüt verme unsurların en düşük oranda gözlemlendiği, % 0,81 oranında ise en yüksek orana paylaşma unsurunun sahip olduğu incelenmiştir. Tüm olgular incelendiğinde olumlu olguların masal kitaplarında rastlanma durumunun rastlanmama durumundan oldukça düşük olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 1: *Masal kitaplarının metin bölümlerinde çocuk gelişimini olumlu etkileyen cümlelerin yer aldığı paragrafların kullanım sıklığına göre dağılımı*

	Hiç rastlanmayan		Rastlanan		Bir kez rastlanan		İki kez rastlanan		Üç kez rastlanan		Dört kez ve daha fazla rastlanan	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Olumlu Etki Yapan Paragraflar	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Nezaket	16	4,32	11	2,97	7	1,89	1	0,27	1	0,27	2	0,54
Yardımlaşma	19	5,13	8	2,16	8	2,16	-	-	-	-	-	-
Sorumluluk	13	3,51	14	3,78	8	2,16	3	0,81	2	0,54	1	0,27
Saygı	22	5,94	5	1,35	3	0,81	1	0,27	1	0,27	-	-
Sabır	25	6,75	2	0,54	1	0,27	-	-	1	0,27	-	-
İşbirliği	18	4,86	9	2,43	7	1,89	2	0,54	-	-	-	-
Paylaşma	15	4,05	12	3,24	8	2,16	1	0,27	-	-	3	0,81
Adalet	22	5,94	5	1,35	4	1,08	-	-	-	-	1	0,27
Sevgi/Şefkat	11	2,97	16	4,32	6	1,62	4	1,08	5	1,35	1	0,27
Merhamet	14	3,78	13	3,51	9	2,43	1	0,27	2	0,54	1	0,27
Hoşgörü	15	4,05	12	3,24	8	2,16	3	0,81	1	0,27	-	-
Doğruluk/Dürüstlük	24	6,48	3	0,81	2	0,54	-	-	-	-	1	0,27
Dostluk/Arkadaşlık	22	5,94	5	1,35	1	0,27	1	0,27	2	0,54	1	0,27
İyilik	17	4,59	10	2,7	6	1,62	2	0,54	-	-	2	0,54
Üretkenlik	20	5,4	7	1,89	5	1,35	2	0,54	-	-	-	-
Güven	12	3,24	15	4,05	5	1,35	3	0,81	6	1,62	1	0,27
Çalışkanlık	15	4,05	12	3,24	4	1,08	7	1,89	-	-	1	0,27
Düzenli Olma	27	7,20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Akıllı olmak	21	5,67	6	1,62	3	0,81	2	0,54	-	-	1	0,27
Dayanışma	19	5,13	8	2,16	3	0,81	2	0,54	2	0,54	1	0,27
Çevre Bilinci	22	5,94	5	1,35	4	1,08	1	0,27	-	-	-	-
Problem Çözme	22	5,94	5	1,35	3	0,81	2	0,54	-	-	-	-
Öğüt Verme	20	5,4	7	1,89	4	1,08	1	0,27	1	0,27	1	0,27
Sütun Ort.	18,73	5,05	7,13	2,23	5,91	1,27	1,65	0,45	1,04	0,28	0,78	0,41

Tablo 2: Masal kitaplarının metin bölümlerinde çocuk gelişimini olumsuz etkileyen paragrafların kullanım sıklığına göre dağılımı

	Hiç rastlanmayan		Rastlanan		Bir kez rastlanan		İki kez rastlanan		Üç kez rastlanan		Dört kez ve daha fazla rastlanan	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Olumsuz Etki Yapan Paragraflar	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Şiddet	12	3,24	15	4,05	6	1,62	3	0,81	2	0,54	4	1,08
Korku	7	1,89	22	5,94	8	2,16	5	1,35	1	0,27	6	1,62
Baskı	8	2,16	19	5,13	13	3,51	3	0,81	2	0,54	1	0,27
Ceza	19	5,13	8	2,16	2	0,54	2	0,54	3	0,81	1	0,27
Aşırı Rekabet	21	5,67	6	1,62	3	0,81	-	-	-	-	3	0,81
Bencilik	12	3,24	15	4,05	7	1,89	3	0,81	2	0,54	3	0,81
Düşmanlık	17	4,59	10	2,7	7	1,89	1	0,27	1	0,27	1	0,27
Acımasızlık	14	3,78	13	3,51	5	1,35	5	1,35	2	0,54	1	0,27
Adaletsizlik	17	4,59	10	2,7	7	1,89	2	0,54	1	0,27	-	-
Sabırsızlık	18	4,86	9	2,43	6	1,62	2	0,54	1	0,27	-	-
Kaba Tavırlar	14	3,78	13	3,51	9	2,43	3	0,81	-	-	1	0,27
Kıskançlık	18	4,86	9	2,43	7	1,89	-	-	1	0,27	1	0,27
Abartıya kaçmak	20	5,4	7	1,89	6	1,62	1	0,27	-	-	-	-
Soyut kavramlar	3	0,81	24	6,48	7	1,89	2	0,54	4	1,08	11	2,97
Onur kırıcılık	14	3,78	13	3,51	7	1,89	5	1,35	-	-	1	0,27
Güvensizlik duygusu	5	1,35	22	5,94	9	2,43	6	1,62	2	0,54	5	1,35
Gerçeküstü karakterler	5	1,35	22	5,94	9	2,43	6	1,62	1	0,27	6	1,62
Hazırcılığa teşvik	15	4,05	12	3,24	4	1,08	4	1,08	2	0,54	2	0,54
Tembelliği	18	4,86	9	2,43	4	1,08	3	0,81	1	0,27	1	0,27
özendirme	16	4,32	11	2,97	7	1,89	2	0,54	-	-	2	0,54
Sorumszluğu hoş gösterme	7	1,89	20	5,4	8	2,16	5	1,35	3	0,81	4	1,08
Olumsuz karakterler	21	5,67	6	1,62	2	0,54	-	-	3	0,81	1	0,27
Yalan söyleme	19	5,13	8	2,16	5	1,35	5	1,35	2	0,54	-	-
Suçta yöneltme	18	4,86	9	2,43	4	1,08	5	1,35	-	-	-	-
Kötülüğü özendirme	14,08	3,44	12,75	3,4	6,33	1,70	3,12	0,82	1,41	0,38	2,29	0,55
Sütun Ort.												

Masalların paragrafları okunarak içerik açısından olumsuz etkilerine bakıldığında (Tablo-2) olumsuz unsurlara % 3,41 oranında rastlandığı görülmüştür. Olumsuz unsurların hiç rastlanmama durumu ise % 3,44 olduğu görülmüştür. Bu durumda olumsuz unsurların hiç rastlanmama durumu ile rastlanma durumunun yüzdelik ifadelerinin birbirine çok yakın değerlerde olduğu görülmektedir. Bu durum masalların olumsuz etkilerinin düşündürücü düzeyde olduğunu göstermektedir. Olumsuz unsurların rastlanan kısmında, oranı % 3,41 olarak gözlenmiştir. Bu alanda en az rastlanan olgu % 0,54 oranı ile ceza ve yalan söyleme iken en çok rastlanılan olgu % 5,94 oranı ile korku, güvensizlik duygusu ve gerçeküstü karakterler olarak görülmektedir. Bir kez rastlanan sütununda en az belirtilen olgu % 0,54 ile yalan söyleme iken, en çok görülen % 3,51 oran ile baskı unsurudur. İki kez rastlanan unsurlar incelendiğinde en az görülen % 0,27 oranı ile düşmanlık, abartıya kaçmak, korku, acımasızlık, onur kırıcılık, olumsuz karakterler, suça yönelme, kötülüğü özendirme iken, en çok görülen % 1,62 oranı ile güvensizlik duygusu ve gerçek üstü karakterlerdir. Üç kez rastlanan unsurlar sütununda en az görülen; korku, düşmanlık, kıskançlık, gerçek üstü karakterler, tembelliği özendirme iken, en çok görülen % 1,08 oranı ile soyut kavramlardır. Dört ve daha fazla rastlanan unsurlar incelendiğinde; en az görülen % 0,27 oranı ile baskı, ceza, acımasızlık, adaletsizlik, kıskançlık abartıya kaçmak, onur kırıcılık, tembelliği özendirme, yalan söyleme iken, en çok görülen unsurlar % 1,62 oranı ile korku ve gerçek üstü karakterlerdir.

Tartışma

İncelenen masallarda çocuklara örnek olabilecek, olumlu davranış kazandıracak, psikolojik ve kişisel gelişimlerine katkı sağlayacak birçok olumlu ileti vardır. Masallarda insanları dinlemenin, arkadaşlığın, zor durumda kalanlara yardım etmenin, paylaşmanın, çalışkanlığın, işbirliği ve adaletli olmanın önemi anlatılmış, bunlarla ilgili rol modeller ortaya konmuştur. Öğütler verilerek doğru yolu göstermeye çalışan karakterlerin, ayrıca sorunları çözmek için problem çözme yollarının da olduğu vurgulanmıştır. Masallarda olumlu davranışlar dışında, çocukların ruhsal yönden gelişimlerini

olumsuz etkileyecek ve bedensel olarak kendilerine zarar vermelerine yol açabilecek mesajlar da bulunmaktadır. Karakterlerin başına gelen kandırılma, şiddet gibi unsurların da çocukların ruhunda kötü etkiler bırakacağı gerçektir. Ayrıca insanları yiyen devler, kurt tarafından yenilmek istenen keçiler, kızını kıskanan ve ölmesi için planlar yapan üvey anne, olumsuz diye nitelendirilen masal karakterlerindedir. Bazı masalarda ise karakterler çocukların duymaması ve okumaması gereken bazı felaketleri içermektedir. Bu tarz olumsuz unsurlara masalda yer verilmemelidir (bıçaklanarak öldürülmek istenmek, kahramanın kendini öldürmesi gibi). Okul öncesi eğitim çocuklarının korkuları çok çeşitlidir; ölüm korkusu, sevdiklerini kaybetme ve terk edilme kaygıları, karanlık ve doğüstü canlılardan, felaketlerden korkma gibi unsurlar bu yaş çocuklarında en belirgin korku tiplerindedir. Bu yaş çocuklarının gelişim özelliklerine özgü, çocukların gündelik yaşamlarını yansıtan unsurlara yönelik hazırlanan yayınların çocuklarda korku ve kaygı durumundan uzaklaştırdığı, rahatlamasını sağladığı görülmüştür. Metin ve resimlerde yer alan şiddet ve korku dolu olayların ise çocuk psikolojisine olumsuz etkilerinin olduğu, çocukta kaygı düzeyini arttırdığı gözlenmiştir (Alexander ve Miller, 2001; McMath, 1997; Nicholson ve diğ., 2006; Rycik, 2006; Schlenther, 1999; Trousdale, 1989). Araştırma incelendiğinde elde edilen sonuçlar, çocuk yayınları ile ilgili tüm gerçekliği ortaya çıkarmaktadır. Kitaplarda gerçek üstü karakterlerin sıklıkla yer aldığı, korku içeren öğelere şiddet içeren öğelerden fazla değinildiği görülmüştür. Araştırma kapsamına alınan masalların aynı zamanda soyut kavramlar içerdiği ve olumsuz davranış geliştirecek öğelere de sıklıkla yer verildiği görülmüştür. Çizmeli Kedi, Kırmızı Başlıklı Kız, Hansel ve Gratel gibi kitaplar incelendiğinde içeriğinde yalan, şiddet, korku, soyut ve gerçek üstü kavramların kolaylıkla fark edildiği gözler önüne serilmektedir. Masal kitapları, okul öncesi çocuğunun gelişiminde oldukça önemli bir etkiye sahiptir. Bu etkilerin olumsuz olmasından ziyade olumlu etkilerden ibaret olması yetişkinlerin bilinçli yaklaşımları ile sağlanacaktır. Bu hususta anne- babalara, çocuk kitabı yazarlarına ve yayınevlerine, araştırmacılara ve okul öncesi öğretmenlerine çeşitli görevler düşmektedir.

Sonuç

Kitapların çocuk edebiyatı kriterlerine, okul öncesi eğitim programının hedeflerine, ve okul öncesi dönem çocuğunun gelişimsel özelliklerine uygunluğu çok önemlidir. Sonuç olarak yukarıda incelenen olumlu etkiler ve olumsuz etkilerin belirtildiği listeler incelendiğinde sonuçların iç açıcı olmadığı görülmektedir. Masallarda görülen olumlu nitelikler %2,23 oranında görülürken, masallarda olumsuz nitelikler açısından %3, 41 oranında bir sonuç görülmektedir. Bu da masalların çocuk gelişimi üzerindeki olumlu etkisinden çok olumsuz etkisinin olduğunu göstermektedir. Çocukların severek dinlediği ve özellikle gerçek üstü karakterleri ile çocukları cezbeden masal kitapları çocuğun iç dünyasına zarar vermesi açısından olumsuz yayınlar olarak gözlenmiştir. Henüz soyut düşünme becerisini kazanamamış olan çocukta masallar olumsuz davranış kalıplarının oluşmasına neden olurken, korku, şiddet, güvensizlik gibi duyguların kalıcı olması riskini de beraberinde getirmektedir. Oysa ki; kitapların çocukların eğitiminde önemli bir yeri vardır. Çocukların gelişim ve eğitim süreçleri boyunca nitelikli yayınlar ile tanışması gerekmektedir. Buradan anlaşıldığı gibi, okul öncesi çocukları için seçilecek kitapların satın alınmadan ya da çocuğa okunmadan önce titizlikle incelenmesi gereklidir. Titizlikle incelendikten sonra çocuğa sunulan masal kitabı okunurken de çocukla tüm duyguları paylaşarak kitapta verilen bilgilerden faydalanması sağlanmalıdır. Çocuk ile sağlıklı iletişim kurulmalı, çocuğun anlamadığı olay ve kavramlar açık, net ve kısa bir şekilde açıklanarak çocuğun kafasındaki soru işaretlerinin silinmesi sağlanmalıdır.

Öneriler

Anne ve babalar çocukları erken yaşlarda kitaplarla tanıştırmalı, genellikle yetişkinleri rol- model alan çocuklarına kitap okuyarak örnek olmalıdır. Erken yaşlarda kitap sevgisini kazanan çocukların ileriki yaşlarda, tüm eğitim hayatları boyunca kitaplara ilgili oldukları düşünülmektedir. Aileler çocuk kitaplarının nitelikleri hakkında ön bilgi sahibi olmalıdır. Çocuk için faydalı yayınları seçerken dikkat edilmesi gereken hususları bilen bir aile nitelikli yayınları çocuğuna

sunarak çocuğunun eserden olumsuz etkilenmesini önleyecektir. Ebeveynler çocuk kitabı seçerken bilinçsizce seçebilmektedir. Bu problemin önüne geçebilmek için yine kitabın bilgilendirici bölümünde yaş aralığının belirtilmiş olmasının faydası olacaktır.

Çocuklar için kitap seçen yetişkinler, masal kitabını seçerken; çocuk edebiyatı hususlarına ve okul öncesi çocuğunun gelişimsel özelliklerini göz önünde bulundurarak, çocuğa faydadan çok zarar getirecek eserler seçmekten kaçınmalıdır. Kitabın cazip dış görüntüsünden daha önemli olan husus içeriğidir. Kitabın içeriği hakkında bir ön inceleme yapılmalı, kitap çocuğa ön inceleme yapılmadan okunmamalıdır.

Okul öncesi eğitimi öğretmenleri kurumlarına kitap seçerken yanılgıya düşebilmektedirler. Okul öncesi çocukları için nitelikli kitap seçimine yönelik hizmet içi eğitim programı Milli Eğitim Bakanlığı tarafından planlanmalı ve öğretmenlerin bu konuda bilgi sahibi olması, donanımlı olması sağlanmalıdır. Öğretmenler kurumlarına kitap seçerken ve kitabı çocuklara okumadan evvel, içerik hakkında bilgi sahibi olmalı, çocuk edebiyatı kriterlerine ve okul öncesi çocuğunun gelişimsel özelliklerine uygun olduğundan emin olmalıdırlar. Çocuklarda kitap sevgisini ve gelecek yaşamlarında kitap okuma alışkanlığını sürdürüebilmek amacıyla çocuklara uygun yayınların sık sık eğitim programına dahil edilmesi ve bu konuda ilgi çekici etkinliklerin yapılması faydalı olacaktır.

Masalların çocuğun hayal gücünü geliştirirken, bazen de gerçekliği olmayan bir dünyaya inanmasına ve kendini o dünyaya ait hissetmesine yol açtığı gözlenmektedir. Çocuklar için masal yazan yazarların, bu hususları göz önüne alarak masal kitabı yazarken çocuğa umut duygusu aşılmasına, çalışkanlık, yardımseverlik, paylaşma vb. olumlu kişilik özellikleri sergilemesine yönelik olaylar ve öyküler aracılığıyla yansıtmasına dikkat etmesi gerekmektedir. Kötü devler, cinler gibi gerçeküstü nitelik taşıyan karakterlere yer verilmeden de çocukların dikkatini çekecek anlatım yapılabilir. Korkutucu öğelere yer vermeden, çocukta olumlu duygular uyandıran, çocukta yaratıcılığı teşvik eden, çocuğun zekasını

kullanarak çözümlene yapmasına imkan sağlayan masal içerikleri yaratılabilecektir. Böylelikle çocuğa faydalı olması gereken eğitici bir materyalin zararlı olması durumu da ortadan kaldırılacaktır. Çocuk kitabı yazarlarının kitap yazarken çocuk edebiyatı kurallarına uygun davranması ve okul öncesi çocuğunun gelişimi hakkında bilgi sahibi olması ve gelişimsel özelliklerini göz önünde bulundurması gerekmektedir. Okul öncesi dönem hassas ve özen isteyen bir dönem olduğundan bu alanda hiçbir bilgiye sahip olmayan yazarların bu alanda eserler ortaya çıkarması bir handikap oluşturmaktadır.

Yayınevleri satış kaygısı ile pek çok niteliksiz yayını piyasaya “okul öncesi eğitimi yayınları” başlığı altında sattıkları görülmektedir. Öncelikle bu problem çözümlenmelidir. Yayınevleri ticari kaygıdan arınarak öncelikle bilinçli yayım yaparak çocuk gelişimine faydalı olmayı hedef ve ilke edinmelidir. Bu durumda ülkemizde yapılan denetimin yetersizliği ve kitap künyesinde yeterli açıklamaların var olmayışının etkisinin büyüklüğü de ortaya çıkmaktadır. Çocuk kitapları “Kültür ve Sanat Eserleri Kanunu” ve “Talim Terbiye Kurulu” tarafından onaylanırken, detaylı bir incelemeden geçirilmelidir. Çocuk kitapları ile ilgili bu alanda deneyimli uzmanlar tarafından bir kurul oluşturulmalıdır. Kitap ile ilgili bilgiler kısmında kitabın hangi yaşa hitap ettiği belirtilmelidir. Böylelikle gelişimsel açıdan uygun olmayan eserlerin hitap etmediği kitleler tarafından okunmasının önüne geçilmiş olacaktır.

Okul öncesi yayınları oldukça hassas ve incelik isteyen bir gelişim dönemine hitap ettiğinden özellikle okul öncesi eğitim yayınları konusunda araştırmacıların çalışmalarına ve yol göstermelerine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu nedenle araştırmacıların özellikle bu alanda önemi büyüktür. Okul öncesi çocuk yayınları konusunda yapılan araştırmaların çeşitliliği ve her kitap türüne özgü yol gösterici araştırma sonuçları, bu alanda bilgi sahibi olmayan bireylere kitap seçimi konusunda yol gösterici olacaktır.

Kaynaklar

- [1] Alexander K. J. ve Miller, P. J. (2001). *Young children's emotional attachment to stories*, *Social Development*, 10(3), 374- 398.
- [2] Alpay, M. ve Anhegger, R. (1975). *Çocuk edebiyatı ve çocuk kitapları*. Cem Yayınevi. İstanbul.
- [3] Ataseven, F. ve İnandı, Y. (2000). *Çocuk kitaplarının çeşitli yönleriyle incelenmesi*. Yayına Hazırlayan: Sedat Sever.1.Ulusal Çocuk Kitapları Sempozyumu, (*Sorunlar ve Çözüm Yolları*) 20-21 Ocak 2000. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi ve Tömer Dil Merkezi Yayınları. Ankara, 187- 206.
- [4] Güleç (Çakmak), H. ve Geçgel, H. (2005). *Çocuk edebiyatı*. Kök Yayıncılık. Ankara.
- [5] McMath, J. S. (1997). *Young children, national tragedy, and picture books*. *Young Children*, 52, 82- 84.
- [6] Nicholson, J.; Pearson, I. ve Quinn, M. (2006). *Helping children cope with fears: using children's literature in classroom guidance*. *Professional School Counseling*, October 23.
- [7] Norton, Donna (1987) "*Through the eyes f A Child: an Introduction to Children's Literature*" colombus: Merril Publishing Co. 208.
- [8] Oğuzkan, A. F. (1997). *Yerli ve yabancı yazarlardan örneklerle çocuk edebiyatı*, 5. Baskı, Emel Matbaacılık San., Ankara.
- [9] Özel, A. (2002). *Resimli Çocuk Kitaplarında Görsel Anlatımın Önemi, Yaşadıkça Eğitim*, 38.
- [10] Rycik, M. T. (2006). *9/11 to the Iraq war/Using books to helpchildren understand troubled times*. *Childhood Education*, 82(3), 145- 152.
- [11] Schlenther, E. (1999). *Using reading therapy with children*. *Health Libraries Review*, 16, 29- 37.
- [12] Sever, S. (2002a) "*Çocuk, Edebiyat ve Yaşam*". *Abece Eğitim ve Ekin Dergisi*, 191,12– 16.
- [13] Sever, S. (2002). *Çocuk Kitaplarına Yansıtılan Şiddet*. (Milli Eğitim Temel Yasası ve Çocuk Haklarına Dair Sözleşme Bağlamında Bir Değerlendirme). Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, Ankara

- [14] Sever, Sedat (2002b). *Okulöncesi Dönemdeki Çocuklara Seslenen Kitaplarda Bulunması Gereken Temel Özellikler*, Çocuk Edebiyatı.(Ed. Z. GÜNEŞ), Anadolu Üniversitesi Yayını, No:1420.
- [15] Sever, S. (2003). *Çocuk ve Edebiyat*, Kök Yayıncılık, Ankara, 11- 16.
- [16] Sever, Sedat (2010). *Çocuk ve Edebiyat*. Tudem Yayıncılık. Ankara, 36-37.
- [17] Şirin, M. R. (1994). *99 Soruda çocuk edebiyatı*, Çocuk Vakfı Yayınları. İstanbul, 18.
- [18] Tekin, H.(2005). *Çocuk edebiyatında şiddet korku ve sevgi üçgeni*, Hece Edebiyat Dergisi, 306.
- [19] Trousdale, A. (1989). *Who's afraid of the big, bad wolf?* Children's Literature Education, 20(2), 69-79.
- [20] Yavuzer, H.(1999). *Çocuk psikolojisi*, 18.Basım, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- [21] Yıldırım, A. ve Şimşek H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. 6. Baskı. Seçkin Yayıncılık San. Tic. Aş., Ankara.

