

19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi

2020, Cilt: 1, Sayı: 2

ISSN: 2717-736X

İndeks:

A S O S
indeks

İletişim: dergipark.org.tr/19maysbd
19maysbd@gmail.com

Editör Kurulu

Dr. Furkan ÇELEBİ

Öğr. Gör. Eyyüp ORHAN

Doç. Dr. Yusuf SERT

Bu sayı için hakem listesi

Doç. Dr. Recep TEK

Dr. Öğr. Üyesi Dilan ÇİFTÇİ

Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin MERTOL

Dr. Öğr. Üyesi Mücahit YILDIRIM

Dr. Öğr. Üyesi Süleyman FİDAN

Dr. Öğr. Üyesi Tamer ÖZLÜ

Dr. Öğr. Üyesi Volkan DURAN

Dr. Güller ŞAHİN

Dr. Hasan Önder SARIDOĞAN

Öğr. Gör. Selman TEMİZ

Berna ÇAÇAN ONGUN

Gürdal ÇETİNKAYA

Makaleler

1. XIX. Yüzyıl Ortalarında Veray Kazasının Nüfusu ve Ekonomik Yapısı. Sabit GENÇ.
Sayfalar: 79-102
2. Suç Ekonomisi Ve İşsizlik Üzerine Bir Uygulama. Murat Yılmaz. Sayfalar: 103-124
3. Kentsel Ortak Kullanım Alanlarına Bir Örnek: Samsun Millet Bahçesi. Mücahit YILDIRIM, Fatih GÜL. Sayfalar: 125-142
4. Üniversite Öğrencilerinin “Çevre” Kavramına İlişkin Metamorfik Algılarının Karşılaştırılması. Şeyma ÖZCAN, Hüseyin MERTOL, Osman YILMAZ. Sayfalar 142-167
5. Reklamlarda Ünlü ve Marka Arasındaki Uyumun Tüketicilerin Satın Alma Niyetine ve Marka Sadakatine Etkisi. Ali AHMEDOV. Sayfalar: 168-187

XIX. YÜZYILDA VERAY KAZASININ NÜFUSU VE EKONOMİK YAPISI

Dr. Sabit GENÇ

Amasya Sosyal Bilimler Lisesi

sbtgnc@hotmail.com

Orcid No: 0000-0003-3165-5897

Öz

Amasya sancağı ve Veray kazası dışında bu sancağa bağlı diğer kazalar üzerine hususi ve akademik bazı çalışmalar yapılmıştır. Ancak Veray kazası üzerine şimdiye kadar ciddi bir çalışma yapılmamıştır. Bu çalışmada XIX. yüzyıl ortalarında Veray kazasının nüfusu ve ekonomik durumu ele alınacaktır. Osmanlı Devleti'nde II. Mahmud döneminden başlayarak ülkedeki asker potansiyelini tespit için nüfus, vergi kaynaklarını tespit için de temettuat sayımları yapılmıştır. 1831 yılında başlayan nüfus sayımlarının kaydedildiği nüfus defterlerinde yerleşim birimlerine göre hanelerdeki bütün erkek nüfus, yaşları ve bedensel özellikleri belirtilerek kayıt altına alınmıştır. Veray kazasındaki kaza merkezi ve köylerine ait nüfus sayımları ile ilgili olarak 1246 (1830-31), 1247 (1831-32), 1256 (1840-41), 1259 (1843-44) ve 1262 (1846) yıllarına ait defterler düzenlenmiştir. Kaza nüfusu ile ilgili veriler için bu defterler kullanılmıştır. Temettuat defterlerinde ise hanelerin sahip oldukları emlak, arazi, hayvanlar ve bunlardan elde ettikleri gelirler kayıt edilmiştir. Kazada 1260 (1844-45) vergi verecek haneleri ve mali potansiyellerini tespit için sayım yapılmış, sayımlarda hanelerin sahip oldukları emlak, arazi, hayvan ve bunlardan elde ettikleri gelirler ve ödemeleri gereken vergi miktarı temettuat defterlerine kaydedilmiştir. Kazanın ekonomik durumu ile ilgili verilerin tespitinde bu defterler kullanılmıştır. Bu çalışma ile öncelikle şimdiye kadar üzerinde ciddi bir araştırma yapılmamış olan Veray kazasının XIX. yüzyıl ortalarındaki nüfus durumu ve ekonomik potansiyelinin ortaya konulması, Veray örneğinden hareketle de XIX. yüzyıl ortalarında Anadolu'da kaza ölçeğindeki bir idari birimin nüfus ve ekonomik durumu hakkında genel bir fikir verilmesi amaçlanmıştır.

Anahtar kelimeler: Veray, Kaza, Nüfus, Ekonomi, Tanzimat

POPULATION AND ECONOMIC STRUCTURE OF VERAY ACCIDENT IN THE XIX. MID-CENTURY

Abstract

Apart from Amasya and Veray districts, some private and academic studies have been conducted on other districts related to this province. However, no serious studies have been conducted on the Veray district. In this study, The population and economic situation of the Veray district will be discussed in the mid-XIXth century. In the Ottoman Empire, starting from the period of Mahmud II, the population was counted in order to determine the potential of soldiers and dividend counts were determined in order to determine the tax sources. The population censuses, which started in 1831, recorded all male population in the households according to the settlement units, indicating their age and physical characteristics. Regarding the population censuses of the district centers and villages in the Veray district, registers of 1246 (1830-31), 1247 (1831-32), 1256 (1840-41), 1259 (1843-44) and 1262 (1846) were prepared. These books were used for data related to the district population. In the dividend books, real estate, land, animals and their income from households are recorded. In the district, 1260 (1844-45) households that will pay taxes and their financial potentials were counted and real estate, land, animals and their income from these households and the amount of tax they had to pay were recorded in the dividend books. These books were used to determine the data related to the economic situation of the district. With this study, first of all, no serious research has been done on the Veray. Revealing the population situation and economic potential in the mid-XIXth century. It is aimed to give a general idea about the population and economic situation of an administrative scale in Anatolia in the mid XIXth century

Key words: Veray, District, Population, Economy, Tanzimat

Giriş

Veray kazası¹, XIX. yüzyıl ortalarında merkezi Veray köyü olan Sivas vilayetine bağlı Amasya sancağının bir kazası konumunda idi. Kaza, yaklaşık olarak günümüzdeki Çorum'un Ortaköy ve Mecitözü, Tokat'ın Zile, Yozgat'ın Aydıncık ve Amasya merkez ilçesi arasında kalan, Çekerek Nehri'nin suladığı bir havza ile bu havzanın sağ ve sol tarafında uzanan dağların -Karadağ ve Buzluk- nehre bakan yamaçlarını içine almaktaydı. Kaza merkezi olan ve kazaya ismini veren Veray köyü, belirtilen bölgenin orta noktasında ve Çekerek havzasını Turhal ve Zile'ye bağlayan bir güzergâh üzerinde bulunmaktadır. Mezkûr köy günümüzde Amasya iline bağlı Göynücek ilçesinin bir köyüdür. Veray köyü, bağlı olduğu ilçe merkezine 13, il merkezine ise 45 km mesafede olup deniz seviyesinden yüksekliği 515 metredir. Göynücek ilçesinin kuzey doğusunda yer alan köy arazisi Konuralan, Yeniköy, Terzi, Ayvalıpınar ve Şeyhler köyleri ile çevrilidir.

Veray günümüzde idari anlamda Göynücek ilçe merkezinin gölgesinde kalsa da tarihi açıdan Göynücek'ten daha eski bir geçmişe sahiptir. Hititlerin başkenti Hattusas'a - Boğazköy- 189 km mesafede bulunan Veray ve içinde bulunduğu bölgenin tarihi Hititler dönemine kadar uzanmaktadır. Hititler (İ.Ö.1700 - İ.Ö.700) sonrasında Perslerin, Perslerden sonra da Büyük İskender'in istilasına maruz kalmıştır. Büyük İskender'in ölümünden sonra parçalanmış imparatorluğu üzerinde kurulan Selevkoslar krallığı bölgeye hâkim olmuş, Selevkosları Pontus, Roma ve Bizans egemenlikleri takip etmiştir.

Veray'ın içinde olduğu bölge 1071 Malazgirt Muharebesi sonrası Danişmend emirlerinden İltekin Gazi tarafından fethedilmiş, Anadolu Selçuklu Sultanı II. Kılıçarslan'ın (1155-1192) Danişmendli beyliğine (1080-1178) son vermesinden sonra Anadolu Selçuklu Devleti'nin (1077-1308) egemenliğine girmiştir (Yasar 2013: 6). Anadolu Selçukluları sonrası da İlhanlı Devleti'nin (1256-1335) egemenliğine girmiştir. Amasya Tarihi isimli eserin yazarı Hüseyin Hüsameddin, Veray'ın Moğollar döneminde de önemli bir yerleşim merkezi olduğunu ve yöre halkı arasında Ece Sultan diye bilinen Moğol beylerinden Olcaytu Sultan'ın² burada ikamet ettiğini ve bir cami ile zaviye yaptırdığını ifade etmektedir (Yasar 2013: 182). Bölge İlhanlılar sonrası Eretna Devleti (1335-1381) ve Kadı Burhaneddin Devleti'nin (1381-1398) egemenliğine girmiştir.

Osmanlı Sultanı Yıldırım Bayezid döneminde (1389-1402) Kadı Burhaneddin'in kontrolü altındaki toprakların hâkimiyeti için Osmanlı Devleti ile Kadı Burhaneddin Devleti arasında egemenlik mücadelesi yaşanmıştır. Bu mücadele 1393'te Kadı Burhaneddin'in yenilmesi ve bölgenin Osmanlı Devleti'nin egemenliğine girmesiyle sonuçlanmıştır (Uzunçarşılı 1988: 277-278). Osmanlılar döneminde hem kaza merkezi olan Veray hem de kazanın bulunduğu

¹ Kazanın ismi *Kaza-i Geldiklan* -Amasya'nın batı taraflarına muhit olup merkezi günümüzde Amasya merkeze bağlı olan Ortaköy'dür. Danişmendiler döneminin başlarında Harezm Türklerinden Afşar kabilesi beylerinden Baygeldi ve aşireti bu nahiyede iskân olunarak Baygeldi Çiftliği manasına gelen Baygeldi Alan denmiş ve önce Geldi Alan ve daha sonra da Geldiklan ismiyle meşhur olmuştur (Yasar 2013: 163) - *Nam-ı diğer Veray* (AŞS 31: 120) örneğinde olduğu gibi bazı belgelerde Geldiklan şeklinde de geçmektedir. Bazen de bölgenin idari sınırlarında değişiklik yapılarak hem Veray hem de Geldiklan aynı anda kaza haline getirilmiştir (SVS 1287: 66-70). Kazanın kapladığı yaklaşık alan günümüzde merkezi Göynücek köyü olan bir ilçe haline getirilmiştir. Veray ise şu anda Gediksaray ismiyle Göynücek ilçesine bağlı bir köy statüsündedir.

² Olcaytu Sultan'ın annesinin ismi Varay Hatun'dur. Varay Hatun Kongurtay'ın kızıdır (Yasar 2013a: 182, 372). Kasabanın ismini de Kongurtay'ın kızı Varay hatundan aldığı düşünülmektedir.

bölge, zaman içinde statü veya sınırları değişse de, Amasya sancağına bağlı olarak kalmıştır³. Cumhuriyet döneminde de kazanın bulunduğu bölgede Amasya vilayetine bağlı Ilısu kazası

³ Kazanın bulunduğu bölgenin Osmanlı dönemindeki tarihi sürecinde idari taksimatı ve idari sınırlarında değişiklik yapıldığı anlaşılmaktadır. Bölge bazen Veray kazası, bazen Geldiklan kazası, bazen Mecidözü kazası, bazen de hem Veray hem de Geldiklan kazaları aynı zaman diliminde ayrı ayrı kurularak yönetilmiştir. Bazen de bölge Veray, Geldiklan, Aştakul, Kara Yakup ve Ortaköy nahiyeleri kurularak bu nahiyeler üzerinden Amasya sancak merkezine ve Mecidözü kazalarına bağlanarak idare edilmiştir. XIX. yüzyılda kazanın bulunduğu bölgenin idari taksimatına baktığımızda dikkat çeken hususlardan birisi de doğrudan ya da kaza veya nahiyeler üzerinden Amasya'ya bağlı köyler dışında kazanın bulunduğu bölge içinde yer alan Ilısu, Gökçeli, Karayakup, Göynücek gibi bazı köylerin Zile kazasına bağlı olmasıdır (BOA.NFS.d.2287: 83,86). Kazanın bulunduğu bölgenin idari sürecine baktığımızda: 1530 yılında Amasya sancağı merkez kazasına bağlı Geldiklan ve Lâdik kazasına bağlı Aştakul nahiyeleri şeklinde teşkilatlandırılmıştır (387 Numaralı Muhasebe-i Vilâyet-i Karaman ve Rûm Defteri II H.937(1530) : 27-30). XVII. yüzyılda ise Veray köyü merkez olmak üzere Veray kazası kurulmuştur (Evliya Çelebi 1986: 527). 1730 yılında Veray, Ezine pazarı nahiyesine bağlı bir köy halinde iken kazanın bulunduğu bölge Geldiklan kazası olarak adlandırılmaktaydı (AŞS 31: 98). Geldiklan kazasının merkezi Ortaköy'dür -günümüzde Amasya merkez ilçeye bağlı olan köy- (Yasar 2013: 163). 1730 yılında Geldiklan kazası Bağlıca, Beke, Boğa, Bulduklu, Deli Hasan, Ekincik, Ene Bey, Eymürd, Gafarlı, Gerne, Gökhöyük, Gördes, Candar, Ilıca, İlgazi, Kârbân Sârây-ı Kebîr, Kârbân Sârây-ı Sagîr, Karlı, Kelban, Kınık, Kız Sek, Kovay, Kötü, Köyceğiz, Moramul, Musa, Oluz, Orta, Pîr, Serkeş, Soma, Yağmur, Yavru, Yaylacık, Yördenik köylerinden ibaret idi (AŞS 31: 97-98). Osmanlılarda ilk nüfus sayımlarının yapıldığı 1831 yılında ise bölge yine Veray kazası adıyla idare edilmiştir (BOA.NFS.d.2134: 131a). 1838 yılında bölge Mecidözü kazasına bağlanmıştır (Yasar 2013: 241). Ancak kısa süre sonra Veray'ın yeniden kaza merkezi yapıldığı anlaşılmaktadır (NFS.d.2249: 1b-80b, NFS.d. 2250: 1- 34). 1864-65 yılında Veray kaza merkezi olmaya devam etmiştir (DS 1281: 180). 1870-71, 1871-72 yıllarında bölgede Geldiklan ve Veray nahiyeleri kurulmuş, Geldiklan nahiyesi Amasya'ya, Veray nahiyesi ise Mecidözü kazasına bağlanmıştır (SVS 1287: 70, SVS 1288: 71). 1875-76, 1883-84, 1884-85, 1888-89 yıllarında bölgenin nahie statüsündeki Veray üzerinden Mecidözü kazasına bağlandığı görülmektedir (SVS 1292: 82, SVS 1301: 156, .SVS 1302: 337, SVS 1306: 101). 1894-95 yılında bölgenin bir bölümünün yine Geldiklan nahiyesi üzerinden Amasya'ya diğer bir bölümünün de daha önceki tarihlerde Zile kazasına bağlı olan Kara Yakub köyü merkez olmak üzere yeni kurulan Kara Yakub nahiyesi üzerinden Mecidözüne bağlı olduğu anlaşılmaktadır (DS 1312: 696-697). 1903-1904 yılında bölge bu defa ikiye bölünerek köylerin bir kısmı Amasya Merkez kazasına bağlı olan Zara nahiyesi üzerinden Amasya'ya bağlanırken orta ve güney kısımlarında kalan köyler günümüzde Çorum iline bağlı bir ilçe olan Ortaköy ilçesinin merkezi olan Ortaköy merkez olmak üzere kurulan nahie üzerinden Mecidözüne bağlanmıştır (DS 1321: 686-687). Bir müddet sonra Veray köyü tekrar nahie yapılarak bölgedeki köylerin Veray nahiyesi üzerinden Mecidözüne bağlandığı anlaşılıyor. 1906 yılında ise Veray'da bulunan nahie merkezi Göynücek köyüne taşınmıştır (BOA.DH.TMIK.S.49/52: 6). 1912-13 yılında bölgenin idari yapısının tekrar değiştiği anlaşılıyor. Nitekim bölgede bulunan köylerin bir kısmı yine Zara nahiyesi üzerinden Amasya merkez kazasına bağlanırken diğer köyler yeniden kurulan Veray ve Ortaköy nahiyeleri üzerinden Mecidözü kazasına bağlanmıştır (DS 1328: 711-712). 1915 yılında ise bölgenin yine Veray nahiyesi kurulmak suretiyle Amasya sancak merkezine bağlandığı anlaşılmaktadır (BOA.DH.EUM.KLU. 10/7: 5). 1915 yılında Amasya merkeze bağlı Veray nahiyesinin köyleri şunlardı: Veray, Çandar, Sığır Çayı, Ağulu Tekkesi, Deli Hasan, Göynücek, Kara Yakup, Gökçeli, Kerban Saray, Sekes?, Konuralan, Terzi, Tencirli, Efkeri, Mamüret-ül Hamid, Şeyhler, Yeniköy, Şerefder, Kafarlı, Davudevi, Bektemür, Şarklı, Abacı. 1915 yılında Zara nahiyesine bağlı olup günümüzde Göynücek ilçesine bağlı olan köyler ise Başermenî (Başpınar), Yassıkışla ve Koyuncu köyleri idi. 1921 yılında yapılan idari düzenleme ile Ilısu ilçesi kurularak bölgenin yönetim merkezi Ilısu köyü olmuş, 1922 yılında ilçenin merkezi Göynücek'e taşınmıştır (BCA.030-10-00-00-19-108-5-1). Kısa süre sonra yapılan idari düzenleme ile Göynücek ilçesi lağvedilerek bölgede ikisi de Amasya iline bağlı, birisi Alan, Bektemir, Pembeli, Çoran, Deli Hasan, Şarklı, Sığır Çayı, Karaşar, Kara Yakub, Gökçeli, Göynücek, Kervansaray ve Yassıkışla köylerinin bağlandığı ve merkezi Ilısu köyü olan Ilısu nahiyesi, diğeri de Akyazı, Efkeri, Baş Ermeni, Terzi, Tuzsuz, Şeyhler, Şerefder, Tencirli ve Davud Evi köylerinin bağlı olduğu ve bir zamanlar Veray kazasının da merkezi olan Veray köyü merkezi olan Veray nahiyesi kurulmuştur (Son Teşkilat-ı Mülkiyede Köylerimizin Adları 1928: 118-120). Aynı idari düzenlemede daha önceleri Veray kazası bölgesinde yer alan Ortaköy, Penbeli, ve Aştakul köyleri Çorum iline bağlı olarak kurulan Ortaköy nahiyesi üzerinden Çorum'a bağlanmışlardır (Son Teşkilat-ı Mülkiyede Köylerimizin Adları 1928: 566). 1954 yılında Göynücek köyü ilçe merkezi haline getirilerek bölgede Göynücek ilçesi adıyla yeni bir ilçe kurulmuştur (Yeniden (21) Kaza Kurulması Hakkında Kanun 1954: Madde 1) ve halen bölge Göynücek ilçesine bağlı olarak idare edilmektedir.

kurulmuş (BCA.30-18-1-1 2 35 9), 1922 yılında kaza merkezi Ilısu'dan Göynücek köyüne nakledilmiştir⁴ (BCA.030-10-00-00-19-108-5-1). Bir süre sonra Göynücek ilçesi lağvedilerek bölge Amasya merkez kazasına bağlı Ilısu ve Veray adlarında iki nahiye kurularak idare edilmiş (Son Teşkilat-ı Mülkiyede Köylerimizin Adları 1928: 118-120). 1954 yılında ise Göynücek köyü merkez alınarak Amasya iline bağlı Göynücek ilçesi kurulmuştur (Yeniden (21) Kaza Kurulması Hakkında Kanun 1954: Madde 1).

XIX. yüzyılın başlarından itibaren değişen dünya dengeleri ve bunun yansımaları sonucunda Osmanlı Devleti, bir yandan gayrimüslimlerin ayaklanmaları diğer yandan da giderek güçleri artan yerel unsurların, merkezi devlete karşı direnişi ile uğraşmak zorunda kalmıştır. II. Mahmud (1808-1839) ve diğer devlet adamları, imparatorluğun içinde bulunduğu şartlarda yani merkezi otoritenin eyaletler üzerindeki etkisinin sınırlı olduğu, yerel unsurların merkezin otoritesine karşı güçlerini artırdıkları, Avrupa devletlerince desteklenen gayrimüslim isyanlarının devam ettiği bir ortamda devletin dağılmasının kaçınılmaz olduğunu anlamışlardır. Çözüm yolu olarak merkezi otoritenin tamir edilmesinin önemini anlamışlardır. Bu iş için öncelikle askeri alana öncelik verilmiştir. Batı tarzında modern bir ordu kurulmaya çalışılmıştır. Ayrıca vergi gelirleri artırılmıştır. Dolayısıyla devletin merkez ve taşra teşkilatı daha etkin hale getirilmeye çalışılmıştır (Pamuk 2010: 199).

1826 yılında yeniçeri ocağının kaldırılmasından sonra kurulacak yeni ordu için ihtiyaç duyulan vergi kaynaklarını ve askerlik yapabilecek kişi sayısını tespit etme ihtiyacı hissedilmiştir (Karal 2010: 11). Asker potansiyelini tespit için nüfusun sayılması yönünde ilk girişim 1828-1829 yılında başlamış ancak 1828-1829 Osmanlı-Rus Savaşı'nın çıkması nedeniyle bu sayım yarım kalmıştır. Savaş sonunda sayımın yapılabilmesi ve elde edilen sonuçların değerlendirilmesi amacıyla 1831 yılında Ceride-i Nüfus Nezareti ve taşrada buna bağlı olarak çalışan Defter Nazırlıkları kurulmuştur (Çimen 2012:189). Sayım 1831 yılında yeniden başlatılmış ve başarıyla tamamlanmıştır. Bu sayım sonucunda, Rumeli'de az sayıda Yahudi ve Kıbtî bir kenara bırakıldığı takdirde, 800.000 Hıristiyan ve 500.000 Müslüman, Anadolu'da ise 2.100.000 Müslüman ve 400.000 Hıristiyan, 5.000 Yahudi ve 7.000 Kıbtî erkek nüfus olduğu anlaşılmıştır (Karal 2010: 21-22). Bu nüfus sayımı günümüz nüfus sayımlarıyla kıyaslandığında, vergi toplama ve askere alma işlemlerini düzenlemek gibi özel bir amaçla yapıldığı için sadece erkeklerin sayılmıştır. Kadınlar bu sayım dışında bırakılmıştır. Bu sayımlar, 1831 yılından sonra da düzensiz periyodlarla tekrarlanarak kadar devam etmiştir. Nüfus kayıtlarını ihtiva eden nüfus defterleri XIX. yüzyılda Osmanlı Devleti'ne bağlı her hangi bir kaza, mahalle veya köy ile ilgili yapılacak yerel tarih çalışmaları için çok önemli veriler ihtiva etmektedir ve son dönemlerde çok sayıda hususi ve akademik çalışmalarda temel kaynak olarak kullanılmıştır⁵.

⁴ Kaza merkezi değişmesine rağmen ismi Ilısu kazası olarak kalmıştır. Nitekim kaza merkezi 1922 yılında Ilısu'dan Göynücek'e taşınmasına rağmen kazanın ismi Ilısu olarak devam etmiştir. Rumi 1339 yılına ait 70565 sıra numaralı Karaşar köyü ahalisinden Şişik kerimeleri Ayşe ve Hanife adına düzenlenen *Doğrudan Doğruya Tahsil Olunan Tekâlîfe Mahsus Makbuz İlmuhaberi*'nde Karaşar köyünün bağlı olduğu kaza Göynücek değil Ilısu şeklinde kayıtlıdır.

⁵ Gür, Fevzi ve Kahrıman, Salih (2012). *Amasya Nüfus Defterleri 1840*, Amasya: Amasya Belediyesi Yayınları. /Şen, Orhan (2015). *Osmanlı Nüfus Defterlerinde Pötürge (Şiro)*, İstanbul: Türkmen Kitabevi. /Taşkın, Faruk-İr, Ali (2018). *Ardanuç Nüfus Defterleri 1835*. Gece Akademi Yayınları/ Emecan, Feridun-Yücel, Ayhan (2015) *Giresun Kazası Nüfus Defteri (1251/1835)*. Serander Yayınları. /Karal, Enver Ziya (2010). *Osmanlı*

Veray kazasında da ülke genelinde yapılan nüfus sayımlarına paralel olarak muhtelif tarihlerde nüfus sayımları ve güncellemeleri gerçekleştirilmiştir. Osmanlı Arşivi'nde yaptığımız taramada kazada 1831,1832, 1840, 1843-44, 1846 ve 1850 yıllarına ait sayım ve tespitlerin kaydedildiği 2134, 2248, 2249, 2250 ve 2251 numaralı defterler tespit edilmiştir. Bu defterlerde her yerleşim birimi hane hane erkek nüfus sayılarak kayda geçirilmiştir. Kayıt esnasında hane reisinden başlayarak çocukları, varsa kardeşleri, diğer akrabaları ve yanlarında çalışan kişiler sayılmıştır. Yine sayım esnasında sayılan hane reisinin sülalesi, fiziki özelliği, varsa bedensel özrü, baba adı, yaşı ve mesleği yazılmıştır. Hanesinde olmayanlar ise gittiği yer belirtilerek yine kayda alınmıştır. Kazanın nüfusu ve nüfus özelliklerinin tespitinde bu defterlerden istifade edilmiştir.

II. Mahmud, yeni ordunun asker ihtiyacını karşılamak için bir yandan nüfus sayımı yaptırırken diğer yandan da hem bu ordunun masraflarının karşılanması, hem de merkezi devletin gelirlerinin artırılması için Batılı devletlerin mali teşkilat ve usullerini örnek alarak Osmanlı mali teşkilatının yeniden düzenlenmesine çalışmıştır. Defterdarlık makamının yerine Umur-u Maliye Nazırlığı kurulmuş, tımar siteminin kaldırılmış, gelirlerinin hazineye devredilmesi ve memurlara maaş bağlanması kararlaştırılmıştır. Müsadere usulüne başvurulmayacağı ilan edilmiş, örfi vergiler kaldırılmış, hak ve adalet esaslarına uygun tek bir vergi alınması amaçlanmıştır (Karal 1988: 198). Osmanlı mali teşkilatının yeniden düzenlenmesi ve hazine gelirlerinin merkezileştirilmesi yönündeki iradenin en önemli yansımalarıdır. II. Mahmud, kurulacak yeni vergi sisteminin alt yapısının oluşturulması ve yükümlülerin vereceği vergi miktarının belirlenmesi için halkın menkul ve gayrimenkullerini, bir yılda elde ettiği tüm gelirlerini (temettuatını) tespit amacıyla sayımları başlatmış ancak siyasi gelişmeler bu sayımların tamamlanmasını engellemiştir.

Abdülmeccid'in (1839-1861) tahta çıkışı ve Tanzimat Fermanı'nın ilanı Osmanlı mali teşkilatının ve vergi sisteminin yeniden düzenlenmesinde önemli bir dönüm noktası olmuştur. Tanzimat'ı takiben daha önce ahaliden alınan cizye vergisi dışında diğer vergiler iptal edilmek suretiyle, herkesin sahip olduğu emlak, arazi ve kazancına kısaca imkânına göre *vergü* namıyla bir vergi alınması kararlaştırılmıştır (Süleyman Sudi 1308: 78). Bu verginin sağlıklı bir şekilde toplanabilmesi için hane reislerinin kazançlarının tespiti ve toplanacak verginin adaletli bir şekilde dağıtılması amacıyla yapılan sayımlara ait verilerin kaydedildiği defterlere de temettuat defterleri⁶ denilmiştir. Temettu gelir, fayda, kazanç; (Fidan v.d. 1996: 2833) temettuat ise kazançlar anlamına gelmektedir. Temettuat defterlerinde her haneye bir numara ve hanede geliri olanlara da ayrıca birer numara verilmiştir. Hanede geliri olanların

İmparatorluğu'nda İlk Nüfus Sayımı 1831. Ankara: Devlet İstatistik Enstitüsü Matbaası. /Karpat, Kemal (2010). *Osmanlı Nüfusu (1830-1914)*. Ankara: Timaş Yayınları.

⁶ Temettuat sayımlarının muhassıllar tarafından yapılması kararlaştırılmış, muhassılların sayım yaparken işlerini kolaylaştırmak amacıyla 1840 yılında bir talimatname yayımlanmıştır (Öztürk 2003: 289). 1840 yılında başlanan sayımlardan istenilen netice alınamamıştır. 1844 yılında 1840 yılındaki tecrübeler ışığında daha sıhhatli bir sayım yapılabilmesi için, sayımın merkezden gönderilen memurlar tarafından değil muhtar, imam, gayrimüslimlerin yaşadığı yerlerde papaz ya da kocabaşların ve ziraat memurunun içinde yer aldığı bir komisyon tarafından yapılması kararlaştırılmıştır. Ayrıca muhtemel hataları azaltmak yerel yetkililere talimatlar ve sayımlara ait örnekler gönderilmiştir (Gökmen 2008: 73-74). Temettuat defterleri, Tanzimat Dönemi (1839-1876) Osmanlı sosyo-ekonomik ve demografik çalışmaları için çok önemli veriler ihtiva etmektedir. Bu defterler 1840-1845 yılları arasında yapılan temettuat sayım sonuçlarının kaydedilmesiyle ortaya çıkmış olup 17.745 adettir. Başbakanlık Osmanlı Arşivi'nde bulunmaktadırlar (Başbakanlık Osmanlı Arşivi Rehberi 2010: 248-249).

isimleri, meslekleri, bir önceki yıl ödedikleri vergi miktarı, isimlerin alt tarafında ise sahip oldukları hayvanlar ve sayıları, hayvanlardan elde ettikleri yıllık tahmini kârları, varsa arazi miktarı ve yıllık kazançları, varsa ortakları, esnaf ya da tüccar ise esnaflık ya da tüccarlıktan yıllık tahmini kazançları ayrıntılı olarak kaydedilmiştir. Tanzimat dönemi Osmanlı ekonomik tarihi ile ilgili çok değerli veriler ihtiva eden temettuat defterleri çok sayıda özel ve akademik çalışmada da kullanılmıştır⁷. Bu defterler o dönem üzerine yapılacak yerel tarih çalışmaları için de çok önemli kaynak durumundadır.

Ülke geneline paralel olarak yapılan temettuat kayıtları Veray kazasında da yapılmıştır. Osmanlı Arşivi'nde yapmış olduğumuz taramada 1844-45 yılında hazırlanmış kazaya bağlı Veray, Abut Tekkesi, Ağıl Tekkesi, Aştakul, Cender, Çay, Deli Hasan, Karakaya, Karaşar, Kervansaray-ı Sagir, Kervansaray-ı Kebir, Kızıoğlu, Kozluca, Orta, Penbeli, Şerefder, Şeyhler ve Terzi köylerine ait 14884, 14886, 18879, 14891, 14888, 14880, 14874, 14882, 14890, 14885, 14889, 14881, 14883, 14878, 14876, 14887, 14877, 14875 numaralı 18 adet temettuat defterine ulaşılmıştır. Aynı tarihlerde kaydedilmiş nüfus defterlerinde kazaya bağlı olduğu görülen İncesu köyüne ait temettuat defterine ulaşılamamıştır. Kazada ayrıca gayrimüslimlere ait nüfus ya da temettuat defterine de ulaşılamamıştır⁸. Zaten Amasya sancağındaki bütün gayrimüslim nüfusun toplu olarak kaydedildiği 1831 yılına ait 2143 nolu nüfus defterinde Veray kazasında gayrimüslimlerin yaşadığına dair her hangi bir kayıt yoktur (BOA.NFS.d.2143). XIX. yüzyıl ortalarında Veray kazasının ekonomik yapısı ile ilgili değerlendirmeler ulaşılan bu defterlerden derlenen veriler üzerinden yapılmıştır.

1. XIX. Yüzyıl Ortalarında Veray Kazasının Nüfusu

1.1-Nüfus Sayısı⁹

⁷ Özcan, Selim (2017). *Tanzimat Dönemi Temettuat Sayımlarına Göre Merzifon'daki Ermenilerin Mesleki Durumları*, Studies Of The Ottoman Domain, C.II, S.13: 143-167. / Kınay, Ali (2004). *Karasu Kazasının Temettuat Defterleri(1844) ve Sosyo-Ekonomik Açından Tahlili*, Sakarya: Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. / S. Kütükoğlu, Mübahat (1995). *Osmanlı Sosyal ve İktisadi Tarih Kaynaklarından Temettü Defterleri*, Belleten, C. LIX/225, Türk tarih Kurumu Yayını, Ankara. 1995, s. 395-412. / Karakaş, Mehmet (1995), *Maliye Nezareti Temettuat Defterlerine Göre 1844 Yılında Bolu Kazasının Sosyal Ve Ekonomik Durumu*, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

⁸ Amasya sancağının nüfus sayısı ile ilgili 1844 yılına ait bir nüfus icmal defterinde Veray kazası ile ilgili kısımda ‘*Kaza-i mezburede reaya sakin olmamağla şerh verildi*’ denilerek kazada gayrimüslim nüfus olmadığı belirtilmektedir (BOA.NFS.d.2266: 1a).

⁹ 1881 yılına kadar yapılan nüfus sayımlarında sadece erkek nüfus sayımı yapıldığından kazanın XIX. Yüzyıl ortalarında nüfusu ile ilgili değerlendirmeler erkek nüfus sayısı üzerinden yapılmıştır. XIX. Yüzyıl ortalarında kazanın bulunduğu bölgede yaylak kışlak hayatı yaşayan Kavilli, Milli ve Bezenli gibi Müslüman aşiretlere mensup nüfusun varlığı da bilinmektedir. Bunların kışlakları, mensup oldukları aşiret ve oymakları, nüfus ve hane bilgileri için BOA.NFS.d.2268, 2380, 2383, 2384, 2510, 2530, 7229 ve 7290 numaralı defterlere bakılabilir. 1838-39 yılına ait bir nüfus defterine göre kazanın sınırları içinde kalan Milli aşiretine bağlı Hasan Bey oymağından Badan kışlağında 53 hanede 150 kişi, Yazıcıoğlu Oymağından Çayan kışlağında 16 hanede 49 kişi, Hasan Usta oymağına mensup Çulpara kışlağında 50 hanede 137 kişi, Kalecikli oymağından Büyük kışlakta 50 hanede 169 kişi, Kavak alanı kışlağında 18 hanede 45 kişi, Yazıcıoğlu oymağından Baş Ermeni kışlağında 19 hanede 52 kişi, Gafarlı kışlağında 19 hanede 68 kişi, Tencirli oymağından 27 hanede 71 kişi, Koyuncu kışlağında 9 hanede 22 kişi, Yazıcıoğlu oymağından Efkeri kışlağında 17 hanede 56 kişi, Şarklı kışlağında 28 hanede 83 kişi, Süleyman Ağa oymağından Cevizli kışlağında 21 hanede 50 kişi bulunmaktaydı (BOA.NFS.d.2383: 1b-43a). Bu gün çoğu Mecidözü ilçesi sınırları içinde kalmış olan Kavilli aşiretinin bulunduğu kışlaklar Ağca Sofu Akpınar, Bekaroğlu, Cırcır, Çık Hasan, Değirmenönü, Dereyazıcı, Durkelek?, Fındıklı, Haydardoğlu, Kabil, Kadı Deresi, Kanlıosman, Keşlik, Kılavuz, Koyunoğlu, Kozluca, Göpsan,

Ülke genelinde 1831 yılından başlayan nüfus sayımları yukarıda da belirtildiği gibi Veray kazasında da yapılmıştır. Kazadaki nüfus sayımları ile ilgili ilk defter 1831 yılına ait 2134 numaralı defterdir. Bu defterdeki kayıtlara göre kazaya bağlı köyler; Veray, Karakaya, Elik Tekkesi, Şerefder, Kozluca, Doğan, Kızıoğlu, Karaşar, Aştambul, Orta, Pamuklu, Kârbansaray, İncesu, Çay, Sofular, Kelek Kerbansaray, Terzi, Baş Ermeni, Tekke, Karacaviran, Şeyhler, Candar ve Deli Hasan köyleri idi. Bu köylerde 640 hane ve bu hanelerde 1.354 erkek nüfus yaşamaktaydı (BOA.NFS.d.2134: 131a-141a). Bir yıl sonra yani 1832 yılında kazanın nüfusu güncellenmiştir. Bu güncellemede kaza geneli yerleşik erkek nüfusun 601 hane ve 1.338 kişi olduğu anlaşılmıştır (BOA.NFS.d.2248). Yapılan güncellemeden kazanın idari sınırlarında küçük de olsa bir değişiklik yapıldığı, Doğan köyünün kaza köyleri arasından çıkarıldığı, buna karşılık Baş Ermeni köyünün kazaya bağlandığı görülmektedir.

Kazada erkek nüfusun tespitine yönelik bir diğer Kayıтта 1840-41 yılına aittir. Bu sayımda kaza merkezi ve bağlı köylerinde 487 hanede 1.383 erkek nüfus yaşadığı tespit edilmiştir (BOA.NFS.d.2249). Bu sayımlarda önceki sayımda kazaya bağlı olan Baş Ermeni köyünün kaza köyleri arasında çıkarıldığı, Kızıoğlu Tekkesi, Efkeri ve Kutu köylerinin kazaya dahil edildiği anlaşılmıştır. Bu sayımda önceki sayıma göre kazadan bir köy ayrılıp üç köy ilave edilmesine rağmen hane sayısında ciddi bir azalma olduğu görülmektedir. Yukarıda da belirtildiği gibi Tanzimat'ı takiben ahaliden alınan cizye vergisi dışında diğer vergiler iptal edilmek suretiyle herkesin imkânına göre bir vergi alınması kararı ve hane reislerinin emlak, arazi, hayvanları ve kazançlarının tespitine yönelik temettuat sayımlarının bahsi geçen son nüfus sayımı ile aynı yıla denk gelmesi dikkat çekicidir. Buradan hane sahiplerinin temettuat sayımlarından tedirgin olup vergi yükümlülüğünden kurtulmak için kayıt dışı kalma çabası içinde oldukları ve bunun da hane sayısının düşmesine neden olduğu söylenebilir.

1844-45 yılında aynı köyler üzerinden yapılan tespitte ise kaza geneli yerleşik erkek nüfusun 481 hane ve 1.313 kişi olduğu anlaşılmıştır (BOA.NFS.d.2250). Önceki sayıma göre az da olsa hane sayısı düşerken nüfus sayısında bir miktar artış olduğu gözlenmektedir. Bu sayımı takiben 1846 yılında yapılan nüfus sayımında daha önceki sayımda kazaya bağlı olan Baş Ermeni ve Kutu köylerinin kazadan ayrıldığı görülmektedir. Diğer yandan Sofular, Karacaviran, Efkeri ve Doğan köylerinin halkının da çevre kazalara dağıldıkları ve arazilerinin boş bırakıldığı anlaşılmıştır (BOA.NFS.d. 2251: 60a). Adı geçen köyler hariç tutularak yapılan sayımda kazada 398 hanede yaşayan 1.207 yerleşik erkek nüfus tespit edilmiştir (BOA.NFS.d.2251). Önceki sayımda kaza nüfusuna dahil edilmiş olan 2 köyün bu sayımda kaza nüfusuna dahil edilmediği, 4 köyün ise boş kaldığı dikkate alınırca hane ve nüfus sayısındaki eksilme makul karşılanabilir.

1831 ve 1846 yıllarında kazada yapıldığını tespit ettiğimiz ve yukarıda da bahsettiğimiz nüfus sayımlarına ait verileri yerleşim durumlarına göre incelediğimizde karşımıza şu tablo çıkmaktadır:

Kulaksız, Hasanoğlu, Murca, Mustafa Çelebi, Palabıyık, Soycağ, Şafaklı, Şahioğlu, Yeni idi. Bezenli aşireti ise haymenişin yani konar göçer olarak yazılmıştır. (BOA.NFS.d.2380: 1b-28a). XIX. yüzyıl ortalarında aşiret mensupları da eklendiğinde kazanın nüfusunun daha da artacağı kesindir. Ancak burada yapılan değerlendirmeler yerleşik kaza halkının oluşturduğu nüfus verileri üzerinden yapılmıştır. Bu aşiretler XIX. yüzyılın ikinci yarısında buldukları kışlaklarında iskâna tabi tutuldukları için (BOA.A-}AMK-UM.431/16) günümüzde Amasya merkez, Göynücek ve Çorum Mecidözü ile Ortaköy ilçeleri sınırları içinde kalan çok sayıda yeni köy ortaya çıkmıştır.

Tablo-1. Veray Kazasına Bağlı Yerleşim Birimlerinin Hane ve Nüfus Sayıları¹⁰

Yerleşim Birimi	Hane Sayısı					Nüfus Sayısı				
	1831	1832	1840-41	1843-44	1846	1831	1832	1840-41	1843-44	1846
Veray	63	57	45	44	52	113	113	132	123	167
Şeyhler	22	22	24	23	25	50	57	59	61	61
Cender ¹¹	14	14	8	5	9	29	33	33	32	40
Deli Hasan ¹²	30	29	15	15	18	63	66	70	70	75
Çay ¹³	49	50	46	46	47	101	116	127	130	118
Kızıoğlu ¹⁴	33	33	13	12	8	77	74	37	32	26
Kızıoğlu Tekkesi	-	-	5	6	-	-	-	10	8	-
Kelek Kervansaray ¹⁵	47	46	42	42	41	106	108	112	110	118
Elik	14	12	6	6	4	30	29	16	16	12

¹⁰ 1831 yılına ait veriler BOA.NFS.d.2248: 2b-24b), 1832 yılına ait veriler (NFS.d.2134: 1131a- 141a), 1840-41 yılı verileri (NFS.d.2249: 1b-80b), 1843-44 yılına ait veriler (BOA.NFS.d. 2250: 1- 34) ve 1846 yılına ait veriler (BOA.NFS.d.2251: 1b-60a)'dan alınmıştır.

¹¹ Bu günkü adı Kışlabey olup Amasya'nın Göynücek ilçesine bağlıdır.

¹² Günümüzde Hasan Bey ismiyle Göynücek ilçesine bağlıdır.

¹³ Günümüzde Çorum'un Mecidözü ilçesine bağlıdır

¹⁴ Amasya merkez ilçesine bağlıdır.

¹⁵ 1844-45 yılına ait temettuat sayımlarında Kerbansaray-ı Kebir şeklinde kayıtlıdır (BOA.ML.VRD.TMT.d. 14889: 1,2). Köyün günümüzdeki adı Kervansaray olup Tokat'ın Zile ilçesine bağlıdır.

Tekkesi ¹⁶										
Kozluca ¹⁷	19	18	10	10	4	39	42	32	32	11
Karakaya ¹⁸	23	21	15	16	7	60	59	41	40	25
Şerefder	31	30	13	13	13	67	69	69	67	69
Terzi	10	9	7	7	6	16	15	21	19	21
Ağulu Tekkesi ¹⁹	9	9	5	5	4	19	18	16	16	18
Kervansaray-ı Sagır ²⁰	9	9	13	12	9	18	18	28	30	26
Karaşar	14	14	11	11	11	31	32	29	30	34
Penbeli ²¹	3	3	5	5	4	7	7	16	16	14
Aştağul ²²	59	53	50	50	47	166	121	126	121	123
İncesu ²³	7	7	6	6	6	20	20	15	16	17
Orta ²⁴	119	119	99	99	83	242	241	263	252	232
Sofular ²⁵	9	9	13	13	-	21	20	31	22	-

¹⁶ 1844-45 yılına ait temettuat sayımında Abut Tekkesi şeklinde kayıtlıdır (BOA.ML.VRD.TMT.d.14886: 2). Günümüzde Amasya merkez ilçeye bağlıdır.

¹⁷ Günümüzde Tokat'ın Zile ilçesine bağlıdır.

¹⁸ Günümüzde Tokat'ın Zile ilçesine bağlıdır.

¹⁹ 1831 ve 1832 yıllarına ait sayımlarda Tekke (BOA.NFS.d.2248: 18b, 2134: 139a), 1844-45 yılında yapılan temettuat sayımlarında Ağıl Tekkesi şeklinde kayıtlıdır (BOA.ML.VRD.TMT.d.14879: 1,2).

²⁰ 1831 ve 1840-41 yılına ait nüfus defterinde Kervansaray şeklinde (BOA.NFS.d.2143: 137a, ve NFS.d.2249: 52), 1844-45 temettuat sayımlarında Kervansaray-ı Sagır şeklinde kayıtlıdır (BOA.ML.VRD. TMT.d.14885: 1,2). Günümüzde Kervansaray adıyla Amasya'nın Göynücek ilçesine bağlıdır.

²¹ 1831 sayımında Pamuklu şeklinde kayıtlıdır (BOA.NFS.d.2143: 137a).

²² 1843-44 yılına ait defterde Aştağul şeklinde (BOA.NFS.d.2250: 12), 1832 tarihli nüfus defterinde Aştakul şeklinde kayıtlıdır (BOA.NFS.d.2248: 9a). Günümüzde Çorum'un Ortaköy ilçesine bağlıdır.

²³ Günümüzde aynı isimle Çorum'un Ortaköy ilçesine bağlıdır.

²⁴ Günümüzde Çorum iline bağlı Ortaköy ilçesinin merkezidir.

²⁵ 1846 yılına ait nüfus defterinde nüfusu etrafa dağılmış olduğu için boş olarak kayıtlıdır. Günümüzde aynı isimle Tokat'ın Zile ilçesine bağlıdır.

Karacaviran ²⁶	32	26	8	7	-	56	58	27	25	-
Efkari ²⁷	-	-	9	9	-	-	-	20	11	-
Doğan ²⁸	3	3	3	3	-	6	6	7	7	-
Baş Ermeni ²⁹	7	8	-	-	-	17	16	-	-	-
Kutu Nam-ı Diğer Cedit ³⁰	-	-	16	16	-	-	-	46	27	-
TOPLAM NÜFUS	626	601	487	481	398	1.354	1.338	1.383	1.313	1.207

Tablo incelendiğine hane sayısının her sayımda bir önceki sayıma göre azaldığı, 1840 yılındaki sayımda önceki sayıma göre ortaya çıkan cüzi artış hariç tutulursa nüfus sayısının da sürekli azaldığı görülür. 1846 yılındaki veriler incelendiğinde 1831 yılına göre hane sayısında yaklaşık % 35, nüfus sayısında ise yaklaşık % 11’lik azalma olmuştur. Kazada en az erkekler kadar kadın nüfusun da yaşadığı öngörüsü ışığında bir değerlendirme yapıldığında 1831 yılında hane başına düşen nüfusun 4,32, 1846 yılında ise 6,06 olduğu söylenebilir.

Nüfus defterlerindeki verilerden kazada yaşayan bazı insanların başta ekonomik olmak üzere çeşitli nedenlerle çevre şehir ve kazalara gittikleri, diğer çevre kaza ve şehirlerden bazı kişilerin de kazaya geldiği anlaşılmaktadır. Mesela Çay köyü 13 nolu hanede kayıtlı Ömer oğlu Hüseyin, 24 nolu hanede kayıtlı Hüseyinoğlu Mehmed ve 36 nolu hanede kayıtlı İbrahim oğlu Ali hizmetkârlık yapmak üzere İstanbul’a gitmişlerdir (BOA.NFS.d.2251: 17a, 18a, 19a). Kelek Kervansaray köyü 11 nolu hanede kayıtlı Himmet oğlu Kara Yusuf, 24 nolu hanede kayıtlı Ali oğlu Mehmed ve 33 nolu hanede kayıtlı Halil oğlu Hasan iki oğlu ile birlikte hizmetkârlık yapmak üzere Canik tarafına gitmiştir (BOA.NFS.d.2251: 24b, 26a, 27a). Orta köyü 63 nolu hanede kayıtlı Mehmed oğlu Osman hizmetkârlıkla Bağdad tarafına gitmiştir (BOA.NFS.d.2251: 56a). Orta köyü 14 nolu hanede kayıtlı Musa oğlu Abdülkadir ilim tahsili için Yozgat’a gitmiştir (BOA.NFS.d.2251: 51b). Kelek Kervansaray köyü 2 nolu hanede kayıtlı Mehmed oğlu Hüseyin Sorgun kazasından, 3 nolu hanede kayıtlı Mustafa oğlu İbrahim Cihanbeyli aşiretinden olarak, 4 nolu hanede kayıtlı Hasan oğlu Hüseyin Çarşamba kazasından hizmetkârlık yapmak üzere gelmişlerdir (BOA.NFS.d.2251: 23a, 23b). Yine Şerefder köyü 6 nolu hanede kayıtlı Musa oğlu İsmail ve Osman oğlu Mehmed hizmetkârlık

²⁶ 1846 yılına ait nüfus defterinde nüfusu etrafa dağılmış olarak boş olduğu kayıtlıdır. Günümüzde Karacaören ismiyle Tokat’ın Zile ilçesine bağlıdır.

²⁷ 1846 yılına ait nüfus defterinde nüfusu etrafa dağılmış olarak boş olduğu kayıtlıdır. Günümüzde İkizyaka ismiyle Amasya’nın Göynücek ilçesine bağlıdır.

²⁸ 1846 yılına ait nüfus defterinde nüfusu etrafa dağılmış olarak boş olduğu kayıtlıdır. 1576 yılında Doğan Köy ismiyle Geldiklan Abad nahiyesine bağlı bir köy (Defter-i Mufassal-ı Liva-i Amasya Cild’ül Evvel 2015: 650), 1831 (NFS.d.2134: 133a), 1840-41 (NFS.d.2249: 76) ve 1843-44 (NFS.d.2250: 32) yıllarına ait kayıtlarda Doğan ismiyle Sivas vilayeti Amasya sancağı Veray kazasının bir köyü olan Doğan köyü, ilerleyen yıllarda ahali tarafından terkedilmiş, 1846 yılına ait bir kayıttan arazisini çevrede bulunan Milli aşiretinden bazı kişiler ziraat etmeye başlamışlardır (BOA.NFS.d.2251: 60a). Harabeleri günümüzde Bekdemir köyünün Güneybatısında ve Çulpara köyünün güneyinde yer almaktadır (BCA. 30-11-1-0 / 255 - 1 - 14).

²⁹ Günümüzde Başpınar ismiyle Amasya’nın Göynücek ilçesine bağlıdır.

³⁰ Günümüzde Amasya merkez ilçeye bağlıdır.

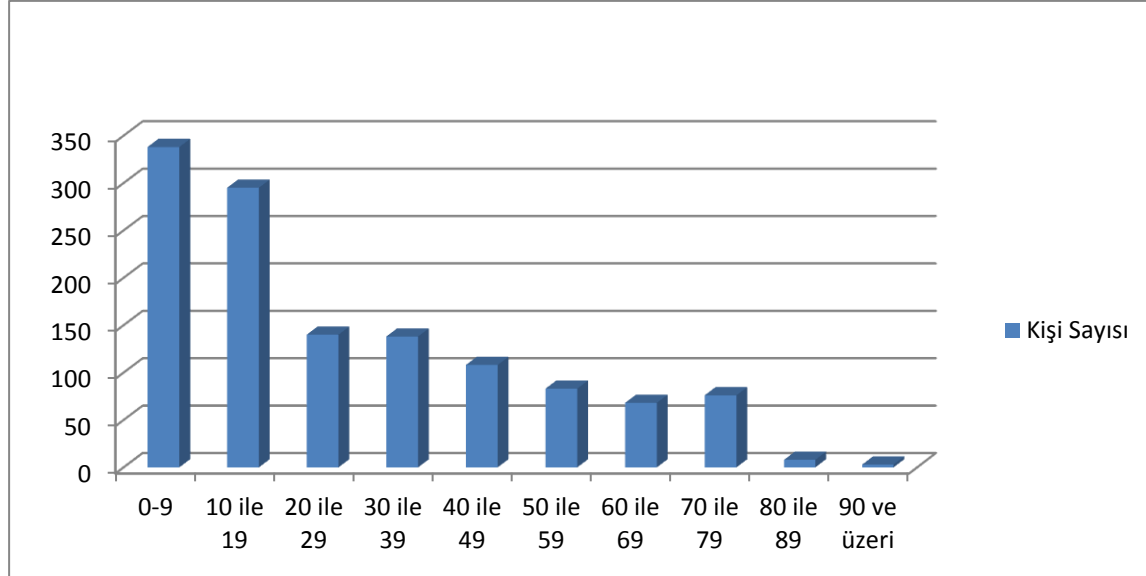
yapmak üzere Zile kazasından gelmişlerdir (BOA.NFS.d.2251: 35a). Şeyhler köyü 2 nolu hanede kayıtlı Bekir oğlu Rıdvan hizmetkarlık yapmak üzere Zile kazasından gelmiştir (BOA.NFS.d.2251: 8a). Diğer yandan 1850 yılına ait bir nüfus defterine göre Terzi köyünde Anakara vilayetinden 40 yaşındaki Süleyman oğlu Ali bin Ahmed, 14 yaşındaki oğlu Ahmed ve 10 yaşındaki Yusuf, Karakaya köyünde 30 yaşındaki Sabit koca bin Halil, Kızıoğlu köyünde Sivas sancağına bağlı Yıldızeli kazasından 40 yaşındaki Yusuf bin Hüseyin ve oğulları 12 yaşındaki Hüseyin ve 10 Yaşındaki Veli, Kelek Kerbansaray köyünde Bozok sancağına bağlı Eymir köyünden Veli bin İbiş ve 4 yaşındaki oğlu Hasan, Zile'den 45 yaşındaki Hasan bin Hasan ve 4 yaşındaki oğlu Hüseyin, Şeyhler köyünde Mecidözü kazasının Kargı köyünden 25 yaşındaki Ali bin Mustafa, Veray'da Yozgat'dan 22 yaşındaki İbrahim bin İbrahim ve Zile kazasının Çandır köyünden 22 yaşındaki Hüseyin bin Ömer, Deli Hasan köyünde Ankara kazasına bağlı Aşağı Firuz köyünden 55 yaşındaki Ali bin İbrahim ile oğulları 20 yaşındaki İbrahim ve 16 yaşındaki Ahmed, Karaşar köyünde Mecidözü kazasının Kargı köyünden 25 yaşındaki İbrahim bin Osman, Aştavul köyünde Yozgat sancağına bağlı Aktaş kazası Sorgun köyünden 40 yaşındaki Ahmed bin Mehmed ve oğlu 4 yaşındaki Şükrü, Cabık? Dağı'ndan 40 yaşındaki Hasan bin Halil ile oğulları 15 yaşındaki Halil, 2 yaşındaki Mehmed, amcası 40 yaşındaki Ömer, amcasının oğulları 6 yaşındaki Muhammed ve 3 yaşındaki Ali misafir olarak bulunmaktaydı (BOA.NFS.d.2252).

1.2-Nüfusun Yaşa Göre Dağılımı

Kazadaki erkek nüfusun yaşa göre dağılımında 1846 tarihli ve 2251 numaralı nüfus defterindeki veriler dikkate alınmıştır. Adı geçen defterdeki 1.207 erkek nüfusun yaşa göre dağılımı incelendiğinde³¹nüfusun 10, 15, 20, 25 gibi 5'in katları olan rakamlarda yoğunlaştığı görülmektedir. Bu yoğunlaşmaya bakılarak kayıtlarının düzenli tutulmadığı, insanların yaşlarını tam olarak bilmedikleri, yaklaşık rakamlar söyledikleri tahmin edilebilir. 0-10 yaş arasında yoğunlaşan nüfus sayısının ilerleyen yaşlarda düzenli şekilde azaldığı görülmektedir. Nüfusun 10 yıllık aralıklara göre dağılımını grafik haline getirdiğimizde şu verilere ulaşmaktayız:

Grafik-1: Nüfusun Yaşa Göre Dağılımı

³¹ Yaş aralıklarına göre nüfus şu şekildedir: 0-1: 18, 1: 41, 2: 30, 3: 46, 4: 42, 5: 34, 6: 37, 7: 35, 8: 29, 9: 26, 10: 58, 11: 22, 12: 52, 13: 32, 14: 27, 15: 28, 16: 25, 17: 17, 18: 22, 19: 12, 20: 40, 21: 2, 22: 15, 23: 6, 24: 1, 25: 59, 26: 5, 27: 5, 28: 7,, 30: 56, 32: 5, 33: 8, 34: 3, 35: 38, 36: 5, 37: 9, 38: 12, 39: 2, 40: 56, 41: 2, 42: 8, 43: 23, 45: 36, 46: 1, 47: 2, 48: 1,50: 38, 51: 1, 53: 1, 55: 39, 56: 2,58: 2, 60: 36, 61: 1, 62: 2, 63: 1, 65: 25, 67: 2, 70: 16, 75: 10, 80: 8, 90: 1, 100: 2.



Grafik incelendiğinde 10-19 yaş grubundan 20-29 yaş grubuna geçerken sert bir azalma görülmektedir. Bundan sonraki aralıklarda yavaşlayan azalma hızı 70-79 yaş aralığından sonra yine sert bir şekilde düşüşe geçmektedir. 80 ve üzeri nüfusun çok az olmasına bakarak dönemin yaşam koşullarının zor ve yaşam standartlarının düşük olduğu, genellikle insanların 70-79 yaşa aralığında vefat ettikleri söylenebilir.

1.3-Nüfus Defterlerine Göre Sülale İsimleri

Kazadaki erkek nüfusun sülale isimlerinin tespitinde 1846 tarihli ve 2251 numaralı nüfus defterindeki sülale isimleri³² dikkate alınmıştır. Soyadının kullanılmadığı Osmanlı döneminde

³² VERAY: Bekiroğlu, Bölükbaşıoğlu, Caferoğlu, Cıldıroğlu, Coşkunoğlu, Çakıroğlu, Çivillioğlu, Çomarınioğlu, Dirikoğlu, Elikoğlu, Erzurumluoğlu, Hacıosmanoğlu, Hamamcıoğlu, Hasan Kethüdaoğ, Hirtabozoğlu, İslambulluoğlu, Kanburoğlu, Kantaroğlu, Karahasanoğlu, Kızılcebinlioğlu, Köleoğlu, Külekçioğlu, Mahmudoğlu, Mendilcioğlu, Ömerkethüdaoğ, Rebilcioğlu, Receboğlu, Sebilioğlu, Seydioğlu, Tekkelioğlu, Topaloğlu, Topalömeroğlu, Zilelioğlu, ŞEYHLER: Cebecioğlu, Çorumluoğlu, Dilkicioğlu, Eymenoğlu, Göcekoğlu, Hocaoğlu, Karaköseoğlu, Kelömeroğlu, Köstekoğlu, Osmancaoğlu, Sağıroğlu, Seydioğlu, Sıraçoğlu, Telliioğlu, Tokadlioğlu, Veli Ketüdaoğlu, Veyselioğlu, CENDER: Deliahmedoğlu, Delimehmedoğlu, Emirabdullahoğlu, Kelahmedoğlu, Kelekoğlu, Kolukısaoğlu, Kösemehmedoğlu, Tekkenişinoğlu, Türkmenoğlu, DELİ HASAN: Ağcaoğlu, Ahlatçioğlu, Ahmedoğlu, Deliosmanoğlu, Eskioğlu, Gökçeoğlu, Halilioğlu, İmamoğlu, Karaoğlanoğlu, Kocaoğlu, Köseoğlu, MantusoğluŞeyhoğlu, ÇAY: Alibaşoğlu, Aliceoğlu, Berberoğlu, Bıyıkioğlu, Çokdaroğlu, Dadıoğlu, Delikocaoğlu, Delioğlanoğlu, Hamzaoğlu, Hızıroğlu, Hocaoğlu, Hocaoğlu, İdrisoğlu, İmamoğlu, Karamehmedoğlu, Karaoğlanoğlu, Karinoğlu, Kasımoğlu, Kelhasanoğlu, Küçükioğlu, Mahmudoğlu, Mikailoğlu, Müezzinoğlu, Ömerbaşoğlu, Receboğlu, Sarikethüdaoğlu, Sarikethüdaoğlu, Sığırcioğlu, Solakoğlu, Temellahoğlu, Uzunoğlu, KIZOĞLU: Alasakaloğlu, Cihanoğlu, Dönekçioğlu, Sebillioğlu, Sipahioğlu, Söndüoğlu, KELEK KERVANSARAY: Ahmedkethüdaoğ, Bahçivanoğlu, Bayramoğlu, Bekirkocaoğlu, Benlioğlu, Berbatoğlu, Celilkethüdaoğlu, Çakıroğlu, Çokdaroğlu, Davudoğlu, Eşekcioğlu, Göğhaliloğlu, Gökoğlu, Gülahmedoğlu, Halikethüdaoğlu, Halilioğlu, Haytaoğlu, Hırbamoğlu, Himmetoğlu, İlyasoğlu, Karacaoğlu, Karacaoğlu, Karahüsükioğlu, Karaimamoğlu, Karamehmedoğlu, Kelhasanoğlu, Kesdikoğlu, Kirtikoğlu, Külhaman, Memilioğlu, Ömerkocaoğlu, Sağıroğlu, Sertoğlu, Süleymanoğlu, Temürçüoğlu, Tilkioğlu, ELİK TEKKESİ: Abidoğlu, Dağçioğlu, Kızhasanoğlu, Osmankethüdaoğ, KOZLUCA: Maşanoğlu, Ömerbaşoğlu, Sarıoğlu, KARAKAYA: Alaçatlıoğlu, Alikocaoğlu, Cebranoğlu, Delioğlu, Sirkbasanoğlu, Velioğlu, ŞEREFDER: Cennetoğlu, Kadioğlu, Kocaosmanoğlu, Köyağasioğlu, Kuloğlu, Mahmudoğlu, Mustafabeyoğlu, Ömerbeyoğlu, Sipahioğlu, Topaloğlu, Yunusoğlu, TERZİ: Hacıahmedoğlu, Karaoğlanoğlu, Körahmedoğlu, Kubatoğlu, Murtazaoğlu, Ömeroğlu, AĞULU TEKKESİ: Karabekiroğlu, Karahasanoğlu, Kelekoğlu, Öksüzioğlu, KERVANSARAY-I SAGIR: Çendekoğlu,

insanları ayırt etmenin en önemli yanlarından birisi mensubu olduğu bir sülalenin bilinmesiydi. Bu nedenle Osmanlı nüfus sayımları yapılırken önce hane reisi yazılır, hane reisi yazılırken ilk olarak sülalesi, daha sonra fiziki özellikleri, daha sonra baba adı ve kendi adı, en son da yaşı kayıt altına alınılırdı. Kaza halkı arasında görülen sülale isimleri incelendiğinde bazı sülale isimlerinin Bekiroğlu, Haliloğlu örneklerinde olduğu gibi normal kişi ismiyle (BOA.NFS.d.2251: 1b, 14a), bazılarının Hasan Kethüdaoğlu, Ömer Kethüdaoğlu, Hacıosmanoğlu, Şeyhoğlu, İmamoğlu, Hocoğlu, Müezzinoğlu, Sığırcıoğlu, Berberoğlu örneklerinden anlaşılacağı üzere sülaleye ismini veren kişinin ünvanı ya da mesleği dikkate alınarak belirlenmiştir (BOA.NFS.d.2251: 2a, 4b, 13a, 13b, 16b, 18a, 19b). Yine bazı sülale isimleri İslambulluoğlu, Tekkelioğlu, Erzurumluoğlu, Zilelioğlu, Çorumluoğlu, Tokadlıoğlu örneklerindeki gibi bazı şehir ya da kasaba isimleriyle -bu şehirlerin ilgili ailenin bölgeye yerleşmeden önce yaşadıkları yer olması ihtimal dahilindedir- ilişkilendirilirken (BOA.NFS.d.2251: 3b, 5b, 6a, 10a), diğer bir kısım sülale isimleri de Topalömeroğlu, Çakıroğlu, Karahasanoğlu, Kanburoğlu, Kelömeroğlu, Sağıroğlu, Bıyıksoğlu, Alasakaloğlu, Topaloğlu, Köroğlu sülale isimlerinde olduğu sülaleye ismini veren kişinin bedensel ya da fiziksel özürleri dikkate alınarak tespit edilmiştir (BOA.NFS.d.2251: 4a, 5b, 6a, 8a, 8b, 19b, 21b, 34b, 41a). Bunların dışında kaza halkı arasında günümüz normları ile değerlendirdiğimizde insanları rencide edeceği düşünülen ilginç sülale isimlerine de rastlanmaktadır. Mesela Çomarinoğlu, Hırtaboçoğlu, Dilkicioğlu, Kelekoğlu, Mantuşoğlu, Dadişoğlu, Çokdaroğlu, Berbatsoğlu, Hırbamoğlu, Kesdikoğlu, Eşekcioğlu, Kirtikoğlu, Haytaoğlu, Sirkbasanoğlu, Kirlioğlu, Cincioğlu, Çataloğlu, Tıtakoğlu, İbiloğlu, Dızmanoğlu v.b. (BOA.NFS.d.2251: 3b, 6a, 12a, 15a, 17a, 25b, 26a, 26b, 27a, 27b, 32a, 40a, 41a, 47b, 52b, 54b, 67a).

1.4-Kazada Nüfusun Kullandığı İsimler

XIX. yüzyıl ortalarında kaza halkının kullandığı isimlerin tespiti yine 1846 tarihli ve 2251 numaralı nüfus defterindeki isimler üzerinden yapılmıştır. Mezkûr defterde kayıtlı nüfusun isimleri³³ incelendiğinde Mehmed isminin en çok kullanılan isim olduğu, Mehmed ismini Osman, Ali, Hüseyin, Ömer gibi sahabe isimlerinin takip ettiği anlaşılmaktadır. Kullanım

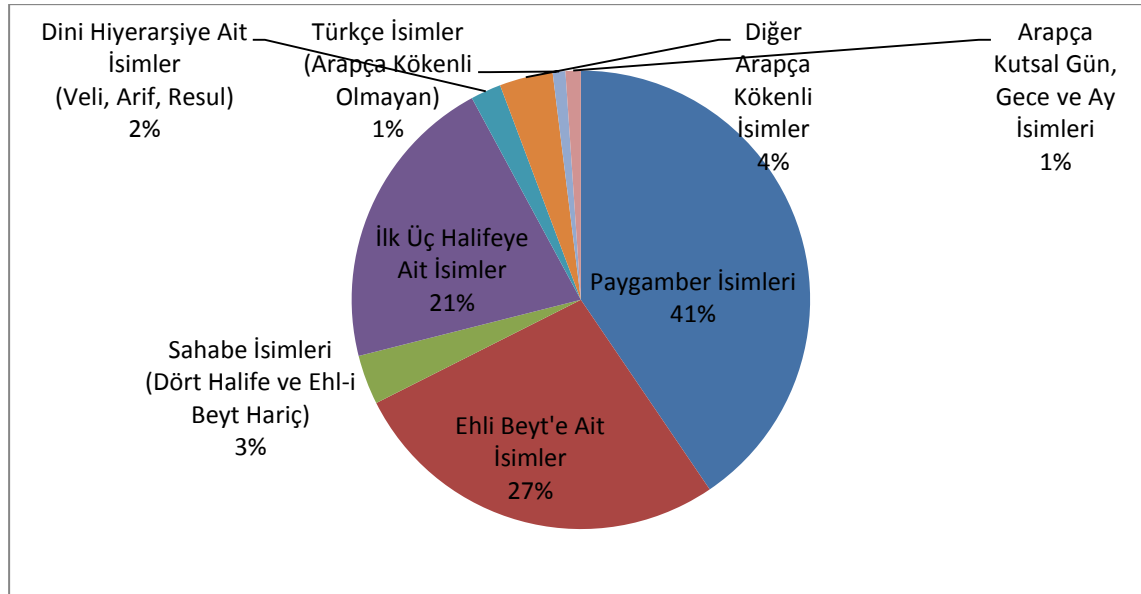
Hacıosmanoğlu, İmamoğlu, Kirlioğlu, Sipahioğlu, KARASAR: Cincioğlu, Gebeşoğlu, Gösükoğlu, Kabakçioğlu, Köroğlu, Mazooğlu, Mürseloğlu, Saraçoğlu, Sipahioğlu, Uzunlioğlu, PENBELİ: İmamoğlu, Uzunlioğlu, Uzunioğlu, AŞTAĞUL: Ahmedköleoğlu, Alibazoğlu, Araboğlu, Bağurömeroğlu, Bölükbaşioğlu, Celeboğlu, Civanoğlu, Çataloğlu, Çolakoğlu, Danacioğlu, Dedeoğlu, Gevreksoğlu, Hıdıroğlu, İlyasbeyoğlu, Karaböceksoğlu, Karahüseyinoğlu, Karamehmedoğlu, Kelhasanoğlu, Kelhüseyinoğlu, Kelosmanoğlu, Kıvraksoğlu, Kocabekiroğlu, Köseoğlu, Köseoğlu, Palaoğlu, Tekkenişinoğlu, İNCESU: Hüseyinkethüdaoğ, İnceoğlu, Kelömeroğlu, Köralioğlu, Kösehasanoğlu, ORTAKÖY: Ahmedkethüdaoğ, Alibaşoğlu, Battaloğlu, Boyacioğlu, Bölükbaşioğlu, Cebealioğlu, Cebecioğlu, Çolakoğlu, Dızmanoğlu, Emirosmanoğlu, Esiroğlu, Eşkiioğlu, Gülahmedoğlu, Hacıoğlu, Hacıvelioğlu, Hafızoğlu, Haytaoğlu, İbiloğlu, İdrisoğlu, İlyasoğlu, İmamoğlu, Kadioğlu, Karaahmedoğlu, Karaibikoğlu, Karamahmudoğlu, Karamustafaoğlu, Karaosmanoğlu, Kel Haliloğlu, Kelmehmedoğlu, Kethüdaoğlu, Kircaoğlu, Kocamahmudoğlu, Kocuroğlu, Körhasanoğlu, Körhüseyinoğlu, Körömeroğlu, Mollaoğlu, Musabaşoğlu, Müezzinoğlu, Rahmanoğlu, Sipahioğlu, Sivaslıoğlu, Solakoğlu, Şatıroğlu, Tahiroğlu, Temürcüoğlu, Tıtakoğlu, Veliioğlu, Yakubbaşoğlu, Yakuboğlu

³³ Kullanılan isimler ve kullanılan kişi sayısı şu şekildedir: Mehmed-131, Osman-109, Ali-104, Hüseyin-96, Ömer-93, Mustafa-91, Ahmed-69, Hasan-94, İbrahim- 64, Halil-59, Bekir-33, İsmail-30, Abdullah-29, Süleyman-25, Yusuf-20, Mahmud-18, Muhsin-18, Veli-16, Musa-12, Salih-11, Satılmış-8, İlyas-5, Abdurahman, Abdülkadir, Abidin, Hızır, Kadir, Murtaza, Receb ve Veysel-4, Cuma, Elvan, Emin, Habib ve Rıdvan-3, Arif, Bektaş, Hamza, İsa ve Sadık-2, Abdülbaki, Abuzer, Halid, Hıdır, Himmet, İdris, Kasım, Memiş, Murad, Resul, Sadullah, Siddik, Şaban, Şatır ve Zülfikar-1 (BOA.NFS.d.2251).

sayısı bakımından ilk 16 sıradaki isimlerin Peygamberlere, Ehl-i Beyt mensuplarına, dört halifeye ve sahabeye ait olması kaza halkı arasında dini hassasiyetin ön planda olduğunu göstermektedir. Yine daha alt sıralarda olmasına rağmen halk arasında Cuma, Receb, Şaban gibi İslami gün ve ay isimlerinin yanında Abdullah, Sadullah, Abdurrahman, Abdülkadir, Abdülbaki gibi isimlerin kullanılması da bu iddiayı desteklemektedir. Bektaş, Satılmış ve Memiş gibi Arapça kökenden gelmeyen isimlerin az da olsa kullanılmış olmasına rağmen pek tercih edilmediği anlaşılmaktadır.

Kazada kullanılan isimleri bazı ortak yönlerini dikkate alarak bir tasnif yaptığımızda aşağıdaki grafik karşımıza çıkmaktadır:

Grafik-2: 1846 Yılında Kaza Halkının Kullandığı İsimlerin Dağılımı³⁴



Grafik incelendiğinde kaza halkı arasında kullanılan isimlerin çoğunlukla Arapça kökenden gelen isimler olduğu, bu isimlerin de genellikle sahabe, Ehl-i Beyt, ilk dört halife, Kur'an-ı Kerim'de geçen peygamber isimleri olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum İslam dininin sadece dini anlamda değil kültürel anlamda da kaza halkını derinden etkilediğini göstermektedir.

Soyadının kullanılmadığı bu dönemde insanları diğerinden özellikle de aynı isimli kişilerden ayırmak için farklı yöntemler kullanıldığı anlaşılmaktadır. Mesela Karaşar köyü imamı Hasan Efendi, Orta köyü imamı Yusuf Efendi, talebeden Ahmed Efendi, Emin Efendi, talebeden Mehmed Efendi (BOA.NFS.d.2251: 41a, 50a, 51b, 54b, 57a), Mustafa Efendi (BOA.ML.VRD.TMT.d.14878: 19), Osman Kâhya, Hüseyin Kâhya, Muhsin Kâhya (BOA.ML.VRD.TMT.d.14891: 2), Memiş Kâhya, Kadir Kâhya (BOA.ML.VRD.TMT.d.14887: 2, 3), Mehmed Kâhya, Musa Kâhya (BOA.ML.VRD.TMT.d.14877: 2, Derviş Hüseyin (BOA.ML.VRD.TMT.d.14891: 6), Hacı Ahmed (BOA.ML.VRD.TMT.d.14875: 2), Hacı Osman, Hacı Abdullah (BOA.ML.VRD.TMT.d.14884: 10,11, Molla Hasan (BOA.ML.VRD.TMT.d.14884: 8), Molla Halil (BOA.NFS.d.2249: 64), Ömer Kethüda (BOA.ML.VRD.TMT.d.14880: 12), Sadık Kethüda (BOA.ML.VRD.TMT.d.14878: 9), Habib

³⁴ BOA.NFS.d.2251.

Kethüda (BOA.ML.VRD.d.14876: 2), Yusuf Ağa (BOA.ML.VRD.TMT.d.19890: 4), İbrahim Ağa, İsmail Ağa (BOA.ML.VRD.TMT.d.14883: 2, 3), Ömer Ağa (BOA.ML.VRD.TMT.d.14887: 2), Bekir Ağa (BOA.ML.VRD.TMT.d.14887: 5) ve Halil Çavuş (BOA.ML.VRD.TMT.d.14877: 7) örneklerinde olduğu gibi bazen insanların sahip oldukları rütbe ve ünvanları kullanılırken bazen de Kara Ali, Çatak Ali, Dağ Mehmed (BOA.ML.VRD.TMT.d.14889: 6, 7, 10), Kör İbiş (BOA.ML.VRD.TMT.d.14875: 3), Çolak Abdullah (BOA.ML.VRD.TMT.d. 14875: 4), Göbeç Hasan (BOA.ML.VRD.TMT. d.1884: 9) örneklerinde olduğu gibi bedensel bir özür yada özellikleri kullanılmıştır. Bazı durumlarda ise Berber Molla Hasan (BOA.ML.VRD.TMT.d.14884: 13) Bostancı Ömer (BOA.ML.VRD.TMT.d.14884: 14), Kendirci Ali (BOA.ML.VRD.TMT.d.14887: 5), örneklerinde olduğu gibi mesleği kullanılmıştır.

2. XIX. Yüzyıl Ortalarında Veray Kazasının Ekonomik Yapısı

İktisadi, içtimai temelleri yıkılmaya yüz tutan bir imparatorluğun yeni prensiplerle yeniden kurulma teşebbüsü (İnalçık 2011: 32) olan Tanzimat, temelde Osmanlı Devleti'nin tüm kurumlarıyla batılılaşma kararını yansıttığı için daha önceki benzer girişimlerden ayrılmaktadır (Şener 1999: 549). İmparatorluğu yıkılmaktan kurtarmak isteyen Tanzimat Dönemi devlet adamlarının en çok üzerinde durdukları konulardan birisi de ülkenin mali sisteminin Batılı devletlerin mali sistemlerini dikkate alarak yeniden düzenlemeye dönük çabalar olmuştur. Devleti tüm kurumlarıyla Batılılaştırma kararını yansıttığı için Türk tarihinde önemli bir dönüm noktası olarak kabul edilen Tanzimat sürecinde ülke ekonomisi kadar taşradaki ekonominin de durumunu bilmek önemlidir. Amasya sancağına bağlı bir kaza olan Veray kazasının XIX. yüzyıl ortalarındaki ekonomik durumunun ortaya konulması kaza bazında da olsa Osmanlı taşrasında ekonomik durum hakkında bir fikir verebilir. Şimdi 1844-45 yılında kazada yapılan emlak, arazi ve hayvan sayımları esnasında hazırlanan temettuat defterlerindeki verilerden hareketle kazanın XIX. yüzyıl ortalarındaki ekonomik durumuna göz atalım:

2.1-Veray Kazasında Tarım

2.1.1-Tarım Yapılan Topraklar

Tanzimat Dönemi'nde ülkeyi içine düştüğü ekonomik bunalımdan çıkarmak düşüncesine bağlı olarak ülkedeki gelir kaynakları ve bu gelirlerin kimlerin elinde olduğunun tespiti, daha sonra da düzenli bir vergi sistemi kurulması amacıyla yapılan temettuat sayımları, bize kazada tarım yapılan toprakların miktarı ve dağılımı ile ilgili önemli ipuçları vermektedir. Kazadaki temettuat sayımlarına ait defterlerden derlenen arazi kayıtları ile ilgili bilgiler tablo haline getirildiğinde karşımıza şu veriler çıkmaktadır:

Tablo-2: 1844-45 Yıllarında Veray Kazasındaki Arazi Miktarı ve Dağılımı³⁵

³⁵ Veray, Abut Tekkesi, Ağıl Tekkesi, Aştakul, Cender, Çay, Deli Hasan, Karakaya, Karaşar, Kervansaray-ı Sagir, Kervansaray-ı Kebir, Kızıoğlu, Kozluca, Orta, Penbeli, Şerefder, Şeyhler ve Terzi köylerine ait 14884, 14886, 18879, 14891, 14888, 14880, 14874, 14882, 14890, 14885, 14889, 14881, 14883, 14878, 14876, 14887, 14877, 14875 numaralı defterlerdeki bilgiler taranarak hazırlanmıştır. Bu defterlerde toplam 353 haneye ait, emlak, hayvan, arazi ve temettuatı dikkate alınmıştır.

Arazinin Değerlendirme Türü	Miktarı (Dönüm)
Ekili Tarla Miktarı (Tahıl, Bakla)	5.379,5
Ekili Olmayan Tarla Miktarı	4.669
Bağ (Üzüm)	375
Bahçe (Sebze-Meyve)	42
Pamuk Tarlası	44,5
Kendir Tarlası	8
Tütün Tarlası	3,5
Toplam Arazi Miktarı	10.521,5

Tabloya bakıldığında kazadaki toplam arazinin 10.521,5 dönüm olduğu, bunun 5.852,5 dönümü, yaklaşık % 56'sının ekili, 4.669 dönümü, yaklaşık % 44'ünün ise boş olduğu anlaşılmaktadır. Bu veriden kazada nadas uygulamasının yaygın olduğunu, toprakların genelde nadasa bırakılarak nöbetleşe ekildiği söylenebilir. Ekili alanların dağılımına baktığımızda ise ekili arazinin çok büyük bir kısmı tahıl ve bakla tarımına ayrılmışken sadece 473 dönümü yani yaklaşık % 8'i diğer bitki türlerine ayrılmıştır. Bu dağılım bize kazada yetiştirilen ürün çeşidinin çok az olduğunu, tahıl, bakla ve üzüm dışında diğer tarım ürünlerine fazla önem verilmediğini göstermektedir. Temettuat sayımları esnasında kazada toplam 353 hane bulunduğu dikkate alınırsa hane başına düşen arazinin yaklaşık 30 dönüm olduğu ortaya çıkmaktadır. Hanelerin sahip oldukları arazi miktarları da incelendiğinde arazinin haneler arasında dengeli bir şekilde dağılmadığı, bazı hanelerin çok az arazisi varken, hatta bazı hanelerin hiç yok iken bazı hanelerin arazi miktarının çok yüksek olduğu görülmüştür. Mesela Aştağul köyünde yaşayan Araboğlu Ahmed'in sadece 2 dönümlük bağı varken aynı köyden Kocabekir oğlu Osman Kâhya'nın 120 dönüm arazisi ve 2 dönüm bağı vardır (BOA.ML.VRD.TMT.d.14891: 2, 8). Yine Şeyhler köyündeki 1.049 dönüm arazinin 446 dönümü köyde yaşayan 20 haneye ait iken geriye kalan 603 dönümü Amasya'da Eski Kethüda Mahallesi'nde ikamet eden Bekirzade Said Bey'in çiftliği olup 30 kile zahire karşılığı köylüye icara verilmiştir (BOA.ML.VRD.TMT.d.14877: 8).

2.1.2-Kazada Yetiştirilen Tarım Ürünleri

Kazada yapılan temettuat sayımlarına ait defterler incelendiğinde kazada tahıl, bakla, pamuk, tütün, kendir, üzüm başta olmak üzere meyve ve sebze yetiştirildiği görülmektedir. Adı geçen defterlerde bu ürünlerden üzüm, sebze, meyve, pamuk, kendir, tütün gibi ürünlerin ekiminden ne kadar ürün elde edildiğine dair her hangi bir veri yoktur. Sadece bu ürünlerin ekili olduğu arazi miktarı belirtilmiştir. Yukarıda tarım yapılan topraklar bahsinde de belirtildiği gibi kazada 1844-45 yılında 375 dönüm bağ, 42 dönüm sebze- meyve, 44,5 dönüm pamuk, 8

dönüm kendir ve sadece 3,5 dönüm tütün ekili arazi olduğu görülmektedir. Bu miktar tahıl ve bakla üretimi yapılan arazi miktarı ile karşılaştırıldığında çok düşük kalmaktadır. Bu düşük arazi miktarı içinde üzüm bağlarını hariç tutarsak, tütün, pamuk, kendir ve sebze-meyve üretimi için ayrılan arazi miktarının kaza genelinde dağılmayıp birkaç köyde yoğunlaştığı görülür. Mesela Cender, Karakaya, Kızıoğlu, Şerefder, Kervansaray-ı Kebir, Ortaköy, Ağıl Tekkesi, Abut Tekkesi, Çay, Karaşar, Kervansaray-ı Kebir, Kozluca, Pembeli ve Terzi köylerinde hiç bahçe arazisi kaydı yoktur. Kayıtlı bahçe arazilerinin 7 dönümü Aştağul, 1 dönümü Deli Hasan, 3 dönümü Kervansaray-ı Sagir, 9 dönümü Şeyhler ve 21 dönümü de Veray köyüne aittir. Kazadaki 44,5 dönümlük pamuk üretiminin ise 29 dönümü Çay, 7,5 dönümü Karaşar, 3 dönümü Pembeli ve 5 dönümü de Veray olmak üzere dört köyde toplandığı görülmektedir. Kazadaki 8 dönümlük kendir üretiminin tamamının Şerefder köyünde yapıldığı, 3,5 dönümlük tütün üretiminin de kaza merkezinde yapıldığı anlaşılmaktadır. Bu arazi miktarı kazada sanayi bitkisi üretimine çok az bir alanın ayrıldığı, elde edilen ve sanayi hammaddesi olan sanayi ürünlerinin miktarının düşük olduğunu göstermekte, dolayısıyla da kazada sanayinin gelişmediği konusunda ipucu vermektedir.

Defterlerde tahıl ve bakla türü -buğday, arpa ve nohut- ürünlerin hanelerdeki üretim miktarı ile ilgili ayrıntılı rakamlar verilmiştir. 1844-45 yılında kazadaki 353 hanenin toplam üretimine baktığımızda 2.500 kile buğday, 1933,5 kile arpa ve 158 kile de nohut üretildiği ortaya çıkmaktadır. Bu rakamlara göre yaklaşık olarak hane başına 7 kile buğday, 5,5 kile arpa ve 0,44 kile nohut üretildiği anlaşılmaktadır. Bu miktarlar bize kaza halkı arasında nohut özellikle de arpa ve buğday üretiminin rağbet gördüğünü göstermektedir. Nohut hariç tutulursa arpa ve buğday üretiminin kaza genelinde yaygın olduğu, köy ve haneler bazında daha dengeli bir dağılım gösterdiği anlaşılmaktadır. Kazadaki 353 haneden sadece 24 hanenin yani yaklaşık % 7'sinin tahıl ekili arazisi olmadığı dikkate alınırsa tahıl üretiminin kaza halkı arasındaki dağılımı daha iyi anlaşılır. Kazada 158 kile toplam nohut üretimi önemli bir miktar olmasına rağmen tahıl üretiminin aksine tıpkı tütün, pamuk ve kendir gibi ürünlerde olduğu gibi kaza geneline dağılmayıp belli köylerde yoğunlaştığı görülmektedir. 1844-45 yılında kazada üretilen 158 kile nohut üretiminin 126 kilesi Kervansaray-ı Kebir köyünde geriye kalan miktarın ise 3 kilesi Abut Tekkesi, 19,5 kilesi Kervansaray, 1 kilesi Karaşar, 7,5 kilesi Kızıoğlu ve 1 kilesi de Şerefder köylerinde üretilmekteydi.

Kazada üzüm üretimine baktığımızda nohut bitkisinin dağılımına benzer bir dağılım gösterdiği anlaşılmaktadır. 1844-45 yılında kazada bulunan 375 dönümlük bağın 52,5 dönümünün Aştağul, 10 dönümünün Cender, 66,5 dönümünün Çay, 26,5 dönümünün Deli Hasan, 127 dönümünün Ortaköy, 21,5 dönümünün Şerefder, 30 dönümünün Şeyhler ve 41 dönümünün de kaza merkezinde bulunduğu anlaşılmaktadır. Köyler arasında dengeli bir dağılımı olmamasına rağmen kaza genelinde hane başına düşen bağ miktarına bakıldığında 1 dönümden fazla olduğu görülmektedir. Bu miktar da azımsanamayacak bir miktar olup ve XIX. yüzyıl ortalarında kazadaki tarımsal üretim içinde bağcılık önemli bir yer tutmuştur.

Sebze ve meyve -üzüm hariç- üretimine baktığımızda kaza genelinde 42 dönüm arazi üzerinde yapıldığı, üretimin kaza genelinde köyler arasında dengeli dağılmadığı, pamuk bitkisinde olduğu gibi belli köylerde yoğunlaştığı görülmektedir. Kazadaki 42 dönümlük sebze bahçesinin 7 dönümü Aştağul, 1 dönümü Deli Hasan, 3 dönümü Kervansaray-ı Sagir, 9 dönümü şeyhler ve 21 dönümü de kaza merkezi olan Veray köyünde idi. 1844-45 yılında

mezkûr köylerde meskûn olan 117 hane yaşadığı dikkate alınırsa sadece sebze üretimi yapan 5 köyde hane başına 0,35 dönüm sebze bahçesi düştüğü görülmektedir. Bu miktara bakılarak kazadaki sebze-meyve üretiminin yetersiz olduğu, üretim yapılan köylerde ise üretimin pazarlama amaçlı değil kendi ihtiyaçlarını karşılamaya dönük olduğu söylenebilir.

2.2-Veray Kazasında Hayvancılık

1844-45 yılında kazada yapılan emlak, arazi, hayvan ve temettuat sayımlarının kaydedildiği temettuat defterlerinde kazada yetiştirilen hayvan cinsleri ve miktarı bakımından ayrıntılı bilgiler mevcuttur. Defterlerde köy-köy haneler bazında yapılan kayıtlar toplanarak kaza geneli ile ilgili bir değerlendirme yapmak üzere sayı ve türlerine göre tablo haline getirdiğimizde karşımıza aşağıdaki tablo çıkmaktadır:

Tablo-3: 1844-45 Yılında Veray Kazasındaki Hayvan Türleri ve Sayıları³⁶

Grubu	Türü	Adedi	Gruptaki Hayvan Adedi
Büyükbaş	Kara Sığır İneği	530	2.033
	Kara Sığır Öküzü	513	
	Buzağı	456	
	Camuz İneği	176	
	Camuz Öküzü	233	
	Balak	125	
Küçükbaş	Koyun	296	5.120
	Kuzu	232	
	Keçi	2.735	
	Oğlak	1.857	
Yük ve Binek	Kısrak	48	79
	Tay	26	
	Eşek	5	

³⁶ Veray, Abut Tekkesi, Ağıl Tekkesi, Aştakul, Cender, Çay, Deli Hasan, Karakaya, Karaşar, Kervansaray-ı Sagir, Kervansaray-ı Kebir, Kızıoğlu, Kozluca, Orta, Penbeli, Şerefder, Şeyhler ve Terzi köylerine ait 14884, 14886, 18879, 14891, 14888, 14880, 14874, 14882, 14890, 14885, 14889, 14881, 14883, 14878, 14876, 14887, 14877, 14875 numaralı defterlerdeki bilgiler taranarak hazırlanmıştır. Bu defterlerde toplam 353 haneye ait, emlak, hayvan, arazi ve temettuatı dikkate alınmıştır.

Tablodaki verilere bakıldığında 1844-45 yılında kazada 2.033'ü büyükbaş, 5.120'si küçükbaş ve 79'u da yük ve binek hayvanı olmak üzere toplam 7.232 adet hayvanın kayıtlı olduğu görülmektedir. 2.033 adet büyük baş hayvanın 1.499'unun sığır cinsi, 534'ünün camus cinsi olduğu dikkate alınırsa kaza halkı arasında sığır cinsi hayvanların daha fazla tercih edildiği anlaşılmaktadır. Süt verimi ve kalitesi camuslara oranla düşük olmasına rağmen sığır cinsi hayvanların kaza halkı arasında tercih edilmesinin nedenlerini kaza iklimine kolay uyum sağlaması, susuzluğa karşı camuslara oranla daha dayanıklı olmaları, engebeli arazilerde hareket kabiliyetinin yüksek olması, yem ve saman tüketiminin daha az olması şeklinde sıralanabilir. Kayıtlardaki dağılımları incelendiğinde kazaya bağlı olan ve kayıtlarına ulaştığımız bütün köylerde hem sığır hem de camus cinsi hayvan beslendiği, ancak hane bazında sığır yetiştiren hane sayısının çok yüksek olduğu görülür. Kazada kayıtlı 353 haneden 300 hanede sığır cinsi hayvan varken sadece 164 hanede Camus cinsi hayvanın bulunması bu durumu açıkça ortaya koymaktadır. Hane başına düşen büyükbaş hayvan sayısı yaklaşık 5,7 iken, bu oran sığır cinsinde yaklaşık 4,2, camus cinsinde ise sadece 1,5 dir.

Küçükbaş hayvan sayısına bakıldığında toplam 5.120 küçükbaş hayvanın³⁷ 528'inin koyun cinsi geriye kalan 4.592'sinin yani yaklaşık % 89,5'inin keçi türü olduğu anlaşılmaktadır. Bu rakamlardan kaza halkı arasında her ne kadar koyun cinsi hayvan yetiştiren haneler var ise de büyük oranda keçi türü küçükbaş hayvanların tercih edildiği anlaşılmaktadır. Keçi cinsi hayvanların engebeli arazide hareket kabiliyetinin yüksek olması, sıcağa ve susuzluğa daha dayanıklı olması, otlaklar ve köy arasında daha hızlı gidip gelebilmeleri tercih edilmelerinin nedenleri olarak sıralanabilir. Küçükbaş hayvanların köy ve hane bazında dağılımlarına bakıldığında dengeli bir dağılım olmadığı, belli köy ve hanelerde yoğunlaşma olduğu görülmektedir. Mesela Abut tekkesi, Kozluca, Pembeli ve Terzi köylerinde hiçbir küçükbaş hayvan kaydı yok iken 12 hanenin yaşadığı Şerefder köyünde sadece 7 hane adına kayıtlı 69 koyun ve kuzu ile 820 keçi ve oğlak, 88 hanenin yaşadığı Orta köyünde ise 25 hanede 128 keçi ve 151 oğlak kayıtlıdır. Diğer köylerdeki kayıtlara göre Elik Tekkesi köyünde 3 hanede 35 keçi,38 oğlak, Aşağı köyünde 4 hanede 11 koyun ve 11 kuzu, Cender köyünde 2 hanede 27 koyun ve 12 kuzu, 5 hanede 350 keçi ve 282 oğlak, Çay köyünde 6 hanede 42 koyun ve 31 kuzu, 19 hanede 244 keçi ve 156 oğlak, Deli Hasan köyünde 2 hanede 20 koyun, 11 hanede 256 keçi ve 132 oğlak, Karakaya köyünde 4 hanede 16 koyun 20 kuzu, 6 hanede 171 keçi ve 101 oğlak, Karaşar köyünde 3 hanede 111 keçi ve 93 oğlak, Kervansaray-ı Sagir köyünde 1 hanede 8 koyun ve 5 kuzu, 2 hanede 48 keçi ve 43 oğlak, Kervansaray-ı Kebir köyünde 12 hanede 62 koyun ve 50 kuzu, 20 hanede 242 keçi ve 123 oğlak, Kızıoğlu köyünde 1 hanede 10 koyun ve 20 kuzu, Orta köyünde 25 hanede 128 keçi ve 151 oğlak, Şerfder köyünde 4 hanede 26 koyun ve 43 kuzu, 7 hanede 503 keçi ve 317 oğlak, Şeyhler köyünde 2 hanede 13 koyun ve 6 kuzu, 8 hanede 114 keçi ve 65 oğlak, Veray köyünde ise 6 hanede 61 koyun ve 34 kuzu, 8 hanede 285 keçi ve 162 oğlak bulunmaktaydı. Kaza genelinde toplam 45 hanede 528 koyun cinsi –koyun, kuzu-, 142 hanede 4.592 keçi türü –keçi, oğlak- türü hayvan beslendiği anlaşılmaktadır. Kazadaki hane başına düşen hayvan sayısına bakıldığında; küçükbaş -koyun keçi birlikte- hayvan sayısında 14,5 iken bu oranın keçi cinsinde 13, koyun cinsinde 1,5 olduğu görülmektedir. Bu dağılım büyük baş hayvanlardaki sığır ve camus dağılımına

³⁷ Bu dönemde kazada yaylak kışlak hayatı yaşayan ancak yerleşik yaşama geçmemiş olan Müslüman aşiretlere ait küçükbaş hayvanları da eklediğimizde bu sayının çok daha artacağı muhakkaktır. Ancak burada sadece yerleşik yaşam süren kaza halkına ait küçükbaş hayvanlar üzerinden bir değerlendirme yapılmıştır.

benzerlik göstermektedir. Bu veriler kaza halkı arasında büyük ve küçükbaş hayvan tercihinde kaza iklimine daha uyumlu, susuzluğa daha dayanıklı, engebeli arazide hareket kabiliyeti yüksek, otlak ile köy arasında nakli daha kolay ve hızlı olan hayvanların –keçi ve sığır- ön planda tutulduğunu ortaya koymaktadır.

Yük ve binek hayvanlarının sayısına baktığımızda 1844-45 yılında kazada kayıtlı toplam 79 yük ve binek hayvanı olduğu, bunlardan sadece 5 adedinin eşek, diğerlerinin at cinsi hayvan olduğu anlaşılmaktadır. Kayıtlı 5 adet eşiğin tamamı Çay köyündeki hanelere aittir. At cinsi hayvanların köylere göre dağılımına baktığımızda ise 9'unun Aştağul, 2'sinin Cender, 8'inin Çay, 4'ünün Deli Hasan, 7'sinin Kervansaray-ı Kebir, 2'sinin Kızıoğlu, 4'ünün Ortaköy ve 19'unun da Şerefder köyünde kayıtlı olduğu görülmektedir. Kaza genelinde hane başına düşen yük ve binek hayvanı sayısının yaklaşık 0,22 olduğu görülmektedir. Aynı sayımların yapıldığı dönemde Merzifon kazasında kaydı tespit edilen 2.280 Müslüman ve gayrimüslim hane adına kayıtlı 1.026'sının eşek, 561'i at ve 45'i katır olmak üzere toplam 1.632 yük ve binek hayvanı vardı (Genç 2019: 281, 282). Merzifon kazasında hane başına düşen yük ve binek hayvanı sayısının 0,71 olduğu dikkate alınırca Veray kazasının hane başına düşen yük ve binek hayvanı sayısı bakımından Merzifon kazasının gerisinde kaldığı söylenebilir. Özellikle Merzifon'daki 1.026 eşek sayısı dikkat çekicidir. XIX. yüzyıl ortalarında motorlu taşıtların olmadığı dikkate alınırca Veray kazasında yük nakillerinin öküz arabaları ile yapıldığı, eşek, katır ve at gibi hayvanların yük naklinde pek fazla tercih edilmediği söylenebilir.

2.2.1-1844-45 Yılında Veray Kazasında Arıcılık

Arıcılık önemli bir besin maddesi olan bal elde edebilmek için yapılmaktadır. Kazada 1844-45 yılında yapılan temettuat sayımlarında arıcılık bir gelir kaynağı olarak kabul edilmiş ve arıcılık yapanlara ait arı kovanlarının sayısı da kaydedilmiştir. Bu kayıtlara göre 21'i Çay, 30'u Karakaya, 7'si Kervansaray-ı Kebir, 5'i Kızıoğlu, 8'i Orta köy, 13'ü Şerefder, 3'ü Şeyhler, 4'ü Terzi ve 12'si de Veray köylerinde olmak üzere kazada toplam 103 adet arı kovanı vardı. Kazada sadece 9 köyde arıcılık yapılması, 353 haneden yalnızca 33'ünün arıcılık yapması ve hane başına düşen kovan sayısının 0,29 olmasına bakılarak arıcılığın kaza halkı arasında pek gelişmediği söylenebilir.

2.3-1844-45 Yılında Veray Kazasında Sanayi, Ticaret ve Hizmet Sektörü

1844-45 yılında kazada yapılan temettuat sayımlarına ait kayıtlarda kazadaki sanayi kuruluşları ve ticari faaliyetlerle ilgili fazla bilgi bulunmamaktadır. Kayıtlarda sanayi tesisi diyebileceğimiz tek bulgu değirmenler olmuştur. Temettuat defterlerindeki verilere göre kazada Aştağul, Deli Hasan ve Şeyhler köylerinde birer, Kozluca ve Orta köylerinde ise ikişer olmak üzere 7 adet un değirmeni bulunmaktaydı. Kazada yukarıda da belirtildiği gibi az miktarda da olsa pamuk, tütün, kendir türü ürünlerin yetiştirilmesi sınırlı da olsa bazı hanelerde kendirden ip ve halat, pamuktan bez ve giysi, tütünden sigaranın ham maddesi olan kıyılmış tütün üretildiği anlaşılmaktadır. Ancak bu ürünlerin üretim alanlarının azlığı bu hammaddeleri işleyen hane sayısının az ve kaza genelinde sanayinin gelişmemiş olduğunu göstermektedir. Ticari faaliyetler ile ilgili de ciddi bir veri yoktur. 1846 yılına ait olan ve halkın mesleklerinin de kaydedildiği nüfus defterindeki kayıtlara göre sadece bir kişi tüccar olarak kaydedilmiştir. Kazada diğer mesleklerle ilgilenen çok sayıda kişi olmasına rağmen

sadece bir kişinin tüccar olarak kaydedilmesi kazada ticari faaliyetlerin pek yaygın olmadığını ve ticaretle uğraşan kişi sayısının da az olduğu ihtimalini ortaya çıkarmaktadır.

Hizmet sektörüne gelince, bazı bölgelerde yapılan temettuat sayılarına ait kayıtların tutulduğu defterlerde hane reislerinin meslekleri yazılı olmasına rağmen³⁸ 1844-45 yılında Veray kazasında yapılan sayımlara ait temettuat defterlerinde hane reislerinin meslekleri yazılmamıştır. Biz de bu nedenle kazada yaşayan insanların mesleklerini 1846 tarihli ve 2251 numaralı nüfus defterindeki verilerden hareketle tespit etmeye çalıştık. Mezkûr defterdeki verilere göre kazada yaşayanların mesleklerini tablo haline getirdiğimizde şu veriler ortaya çıkmaktadır:

Tablo-4: 1846 Yılında Veray Kazasında Yaşayan Erkek Nüfusun Meslekleri³⁹

Yerleşim Yeri	Muhtar ⁴⁰	Nizamiye Askeri	Bahçıvan	Berber	Çiftçi	Çoban	Değirmenci	Hizmetkâr	Irgat	Penbeci	imam	Sail (Dilenci)	Zaptiye Neferi	Kaza Müdürü	Talebe	Tüccar
Veray	-	8	1	1	48	7	1	6	11	-	-	-	-	-	-	-
Şeyhler	-	6	1	-	25	2	1	3	-	1	-	-	-	-	-	-
Cender	1	2	-	-	15	1	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-
Deli Hasan	-	5	1	-	34	2	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-
Çay	-	6	-	-	47	1	-	6	-	-	1	1	-	-	1	1
Kızıoğlu	-	2	-	-	11	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kelek Kervansaray	-	6	-	-	52	2	-	5	-	-	1	-	-	-	-	-
Elik Tekkesi	-	2	-	-	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kozluca	-	2	-	-	5	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-
Karakaya	-	2	-	-	10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Şerefder	-	5	-	-	33	-	-	4	1	-	-	-	-	1	-	-

³⁸ Hane reislerinin mesleklerinin yazılı olduğu temettuat defterleri için bkz. Merzifon kazasına ait BOA.ML.VRD.TMT.d.14177, 14182, 14174, 14194, 14156, 14169, 14197, 14158,14163, 14168, 14152, 14155,14151, 14183, 14170, 14198, 14165, 14153, 14181, 14189, 14154, 12938, 14176, 14180, 14160, 14197, 14173, 14171, 14164, 12929, 14196, 14161, 14186, 14188, 14190, 12931, 13010, 14167, 14192, 14193, 12925, 12936, 14178, 14191, 14185, 12996, 14195, 14172, 14187, 14184, 14162. Bolu sancak merkezine ait BOA.ML.VRD.TMT.d.3208, 3094.

³⁹ BOA.NFS.d.2251

⁴⁰ Köy muhtarları içinde çiftçilik ile muhtarlığı birlikte yürütenler çiftçi olarak kabul edilmişlerdir ve sayıları 24 kişidir.

Terzi	-	1	-	-	9	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-
Ağulu Tekkesi	-	1	-	-	7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kervans aray-ı Sagir	-	-	-	-	10	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-
Karaşar	-	1	-	-	15	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-
Penbeli	-	1	-	-	7	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-
Aştağul	-	5	-	-	50	1	1	1	2	-	-	-	-	-	-	-
İncesu	-	1	-	-	8	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-
Orta	-	9	1	-	79	6	1	5	6	-	-	-	-	-	3	-
TOPLA M	1	66	4	1	469	23	5	33	22	1	6	1	1	1	4	1

Tablo incelendiğinde kazada 66 nizamiye askeri, 4 bahçıvan, 1 berber, 469 çiftçi, 23 çoban, 5 değirmenci, 33 hizmetkâr, 22 ırgat, 1 penbeci⁴¹, 6 imam, 1 dilenci, 1 zaptiye neferi, 1 kaza müdürü, 1 talebe ve 1 tüccar olduğu görülmektedir. Defterdeki kayda göre 25 adet muhtar tespit edilmiş, bunlardan 24'ü muhtarlık ile çiftçiliği aynı anda yaptıkları için çiftçiler grubuna dahil edilmişlerdir. Toplam 639 hizmet erbabından 75'i kamu adına resmi hizmet verirken diğerlerinin serbest meslek sahibi oldukları anlaşılmaktadır. Serbest çalışan 564 kişiden 469 çiftçi, 4 bahçıvan olmak üzere toplam 473 kişinin yani % 83'ünün tarım sektöründe çalışması kaza ekonomisi içerisinde tarımın ağırlığını göstermesi bakımından önemlidir. 29 adet çobanın bulunması tarımdan sonra kazadaki en önemli ekonomik etkinliğin hayvancılık olduğunu göstermektedir. Meslek sahipleri arasında demirci, kuyumcu, çilingir, kazancı, debbağ, saraç, dülger, terzi vb. mesleklerin bulunmaması sanayi alanındaki geriliği, sanayi üretimi bakımından çevre şehir ve kazalara bağımlı olduğunu göstermektedir. Diğer yandan temettuat defterlerinde her hangi bir bakkal ya da kasap ya da kumaş dükkânı kaydının olmaması, 1846 yılındaki nüfus kaydında da bakkal, kasap, tütüncü, çerçi gibi meslek erbabına rastlanmamasına bakılarak kaza halkının ihtiyaçlarını başka kazalara giderek temin ettikleri söylenebilir.

Yukarıda kaza nüfusu bahsinde de görüleceği üzere kaza halkı arasında bazı kişiler çalışmak için çevre şehir ve kazalara giderken, diğer şehir ve kazalardan bazı kişilerin de kazaya geldikleri anlaşılmaktadır.

SONUÇ

Buraya kadar verilen bilgiler ışığında XIX. yüzyıl ortalarında Veray kazasının nüfusu ve ekonomik yapısı ile ilgili genel bir değerlendirme yapılırsa şunlar söylenebilir:

⁴¹ Penbe: Penbuk, Pamuk, Penbukcu: pamuk satan (Şemseddin Sami 1987: 358).

Kaza nüfusunun çok az bir kısmı kaza merkezinde yaşarken, çoğu kazaya bağlı köylere dağılmıştır. Kaza merkezini şehir kabul etsek dahi nüfusun çoğunluğunu kırsal nüfus oluşturmuştur. 10-19 yaş grubunda nüfus yoğunlaşması görülürken bu gruptan 20-29 yaş grubuna geçerken sert bir azalma görülmüştür. Kaza halkı isim olarak Arapça kökenden gelen çoğunluğu peygamber, sahabe, kutsal gün ve gecelere ait olan isimleri kullanmıştır.

Kaza ekonomisi tarım ve hayvancılığa dayanmaktadır. Ticaret ve sanayinin gelişmediği, sanayi ürünü bakımından kazanın komşu kazalara bağımlı olduğu görülmüştür. Hane başına düşen ortalama arazi 30 dönümdür. Arazi ve yetiştirilen ürünlerin köylere ve hanelere göre dağılımı dengeli değildir. Büyükbaş ve küçükbaş hayvanların yanında yük ve binek hayvanı da beslenmiştir. Ancak sayıca yük ve binek hayvanları oldukça azdır. Büyük baş hayvanlar içinde en fazla sığır, küçükbaş hayvanlar içinde ise en fazla keçi beslendiği anlaşılmıştır. Tarım arazisi ve ürünlerinde olduğu gibi hayvanların da hane ve köylere göre dengeli bir dağılımı yoktur. Kaza nüfusunun çoğunun çiftçilik yaptığı ortaya çıkmıştır.

KAYNAKÇA

Arşiv Belgeleri

Osmanlı Arşivi

A-}AMK-UM.431/16

DH.EUM.KLU.10/7

DH.TMIK.S.49/52

ML.VRD.TMT.d.14884, 14886, 18879, 14891, 14888, 14880, 14874, 14882, 14890, 14885, 14889, 14881, 14883, 14878, 14876, 14887, 14877, 14875

NFS.d.2134, 2143, 2248, 2249, 2250, 2251, 2266, 2287

Cumhuriyet Arşivi

30-18-1-1 2 35 9

30-10-0-0 19 108 5

Şer'iyeye Sicilleri

Amasya 31 Nolu Şer'iyeye Sicili

Salnameler

Devlet Salnemeleri

1- Sâlnâme (H.1281), Matbaa-i Amire, İstanbul 1281

2-Sâlnâme-i Devlet-i Âliyye-i Osmaniye (H.1312), Matbaa-i Amire, İstanbul 1312

3-Sâlnâme-i Devlet-i Âliyye-i Osmaniye (H.1321), Âlem Matbaası, İstanbul 1321

4-Sâlnâme-i Devlet-i Âliyye-i Osmaniye (R.1328), Selanik Matbaası, İstanbul 1328

Sivas Vilayet Salnameleri

1-Salnâme-i Vilâyet-i Sivas, (H.1287), Sivas Vilâyet Matbaası, Sivas 1287

2-Salnâme-i Vilâyet-i Sivas, (H.1288), Sivas Vilâyet Matbaası, Sivas 1288

3-Salnâme-i Vilâyet-i Sivas, (H.1292), Sivas Vilâyet Matbaası, Sivas 1292

4-Salnâme-i Vilâyet-i Sivas, (H.1301), Sivas Vilâyet Matbaası, Sivas 1301

5-Salnâme-i Vilâyet-i Sivas, (H.1302), Sivas Vilâyet Matbaası, Sivas 1302

6-Salnâme-i Vilâyet-i Sivas, (H.1306), Sivas Vilâyet Matbaası, Sivas 1306

Araştırma Eserler

Başbakanlık Osmanlı Arşivi Rehberi (2010). Başbakanlık Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü, Osmanlı Arşivleri Genel Müdürlüğü, Osmanlı Arşivi Daire Başkanlığı, Yayın No: 108. İstanbul.

Çimen, A. (2012). “Sayım, Kayıt Düzeni ve Teşkilatlanma Açısından Osmanlıda Nüfus Hizmetleri”, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(3), 183-216.

Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü (1997). *387 Numaralı Muhasebe-i Vilâyet-i Karaman ve Rûm Defteri H.937 (1530) II.Cilt*. Osmanlı Arşivleri Daire Başkanlığı Yayın Nu. 36, Ankara: Başbakanlık Yayınevi.

Evliya Çelebi (1986). *Seyahatname I ve II.Cilt*. İstanbul: Üç dal Neşriyat.

Fidan, A.- Kardaş, N.- Önen, S.- Gökdemir, S.- Erkıran, H.- Koç, H. ve Başbuğ, N. (1996). *M.E.B. Örnekleriyle Türkçe Sözlük*, Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.

Genç, S (2019). *Merzifon Kazasının İdari, Sosyal ve Ekonomik Tarihi (1839-1914)*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Bolu İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Bolu.

Gökmen, E. (2008). "Saruhan Sancağında Temettuat Tahriri", *Bilig*, (45), 73-90.

İnalçık, H. (2011). “Tanzimat Nedir?”. *Tanzimat*. Ed. Halil İnalçık ve Mehmet Seyitdanlıoğlu. İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları. 31-56.

Karal, E. Z. (1988). *Osmanlı Tarihi*, C. VI, 5. Baskı, Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.

Karal, E. Z. (2010). *Osmanlı İmparatorluğu'nda İlk Nüfus Sayımı 1831*. Ankara: Devlet İstatistik Enstitüsü Matbaası.

- Öztürk, S. (2003). "Türkiye'de Temettuat Çalışmaları", *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, 1(1), İstanbul. 287-304.
- Pakalın, M.Z. (1983). *Osmanlı Tarih Deyimleri ve Terimleri Sözlüğü*, III.Cilt. İstanbul: M.E.B. Yayınları.
- Pamuk, Ş. (2010). *Osmanlı-Türkiye İktisadi Tarihi (1500-1914)*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Şemseddin Sami (1987). *Kamus-ı Türki*, İstanbul: Çağrı Yayınları
- Son Teşkilat-ı Mülkiyede Köylerimizin Adları (1928)*. İstanbul: Hilal Matbaası.
- Süleyman Sudi (1308). *Defter-i Muktesid, I.Cilt*, İstanbul: Artin Esadoryan Şirket-i Mürettebiye Matbaası.
- Şener, A. (1999). "Tanzimat ve Meşrutiyet'te İktisadi ve Mali Politikalar", *Osmanlı Ansiklopedisi*, C.III: 548-562
- Uzunçarşılı, İ. H. (1988), *Osmanlı Tarihi*, I.Cilt. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Yasar, Abdizade H. H. (2013). *Amasya Tarihi*, Yayına hazırlayan Mesut Aydın-Güler Aydın, I-II. Cilt. Amasya: Amasya Belediyesi Yayınları.

Kanunlar

Yeniden (21) Kaza Kurulması Hakkında Kanun (04/03/1954), Resmi Gazete 8654/6324

SUÇ EKONOMİSİ VE İŞSİZLİK ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Arş. Gör. Murat YILMAZ

Manisa Celal Bayar Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

İktisat Bölümü,

murat.ylmz@cbu.edu.tr

Orcid No: 0000-0003-1668-7604

Öz

Suçun kaynağını belirleyen en önemli faktörlerin başında, ülkenin içinde bulunduğu genel ekonomik yapı gelmektedir. Ekonomik ortam ve suç ilişkisi bağlamında yapılan araştırmaları incelediğimizde genellikle; işsizlik, yolsuzluk, gelir, enflasyon, vergi oranları gibi göstergelerin ele alındığı görülmektedir. Özellikle Türkiye’de kronikleşen yüksek işsizlik sorununun suç eylemi ile ilişkisinin nasıl bir görünüm sergilediğini araştırmak, suçun ekonomik yapısını ve işsizliğin sosyal maliyetini belirlemek açısından son derece önemlidir. Suça ilişkin ekonomik modellerin de ele alındığı bu çalışmada, 2002-2019 yılları arasında Türkiye’de işsizlik ve mal varlığına karşı işlenen suç arasındaki ilişki, Vektör Otoregresif Modeli aracılığıyla araştırılmıştır. Varyans ayrıştırma sonuçlarına göre suç sayısının işsizlik oranını açıklama gücünün yaklaşık %4, işsizlik oranının suç sayısını açıklama gücünün ise %8.76 olduğu gözlenmiştir. Ayrıca, bulgulara göre değişkenler arasında uzun dönemli koente-grasyon ilişkisine rastlanmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Suç Ekonomisi, İşsizlik, Varyans Ayrıştırma, Vektör Otoregresif Modeli.

JEL Kodları: C01, E24, K00.

AN APPLICATION ON CRIME ECONOMICS AND UNEMPLOYMENT

Abstract

One of the most significant factors determining source of crime is general economic structure of the country. When we investigate at research conducted in the context of economic environment and crime, it is seen that indicators such as unemployment, corruption, income, inflation, tax rates are taken into consideration. In particular, it is very important to investigate the nature of the relationship between crime action and the chronic high unemployment problem in Turkey in order to determine the economic structure of crime and social cost of unemployment. In this study which also deal with the economic model of crime, between years 2002-2019 relationship between number crimes committed against assets and unemployment in Turkey are investigated by Vector Autoregressive Model. According to

variance decomposition results, it was observed that number of crimes has power to explain unemployment rate of approximately 4%, unemployment rate has power to explain the number of crimes 8.76%. Also, to findings long-term cointegration relationship was not found among the variables.

Keywords: Crime Economics, Unemployment, Variance Decomposition, Vector Autoregressive Model.

JEL Codes: C01, E24, K00.

GİRİŞ

Kaynakların sınırlı olduğu gerçeğinden yola çıkarak bireyin minimum maliyetler ile maksimum faydayı elde etmek istemesi akılcı bir davranıştır. Bu fayda fonksiyonunu şekillendiren bireylerin sosyolojik ve ekonomik ihtiyaçlarını giderme noktasında alım gücüne sahip olması gerekmektedir. Bir başka deyişle, bireyin talebi efektif olarak satın alma gücü ile desteklenmelidir. Sonuçta ekonomide her birey aslında bir yarış içindedir ve bu da bireyler arasında rekabeti arttırmaktadır. Kişiler arasındaki rekabette ihtiyaçlar ve talepler her zaman yasal yollarla karşılanmayabilir. Kişilerin yasal olmayan eylemlere yönelmeleri, toplumun bütününe doğrudan etkilediği gibi suç olgusunu belirleyen faktörlerin başında hiç şüphesiz bireyin içinde bulunduğu genel ekonomik yapı gelmektedir.

İktisadi anlamda suç ekonomisine olan ilgi, artan suç oranlarına karşı kamu kaynaklarının suçu önleme faaliyetlerine tahsis edilmeye başlanmasıyla bağlantılıdır. Özellikle maddi suçlara karşı eğilimin artması, suçu önleme faaliyetlerinin ve dolayısıyla kaynakların bu alana aktarılmasını gerekli kılmaktadır. Ekonomi ve suç arasındaki ilişkinin araştırıldığı çalışmalar incelendiğinde genellikle; işsizlik, ücret, yoksulluk, gelir eşitsizliği, ekonomik büyüme, piyasa koşulları, kişi başına düşen gelir ve enflasyon gibi ekonomik göstergeler ile birlikte mala karşı işlenen suçların ele alındığı görülmektedir. Ancak suçun geri planında yatan nedenleri sadece ekonomik koşullarda aramak yanıltıcı olabilmektedir. Hukukun işleyişi, adalet algısı, sosyo-kültürel yapı gibi etkenler de bireyin suç eylemine bakış açısını doğrudan etkilemektedir.

Suçun nedenlerini somut veriler aracılığı ile yorumlamak hem toplumun refahını artırma hem de sosyal açıdan daha rahat bir gelecek sağlama anlamında son derece önemlidir. Bu nedenle, suç bilimcileri (kriminolog), hukukçular, sosyologlar, psikologlar, ekonomistler ve daha bir çok farklı disiplinden araştırmacılar bu konuda çalışmalar yapmış ve suçu daha nesnel hale getirebilmek için ampirik analizlerden yararlanmışlardır.

Bu çalışmada işsizliğin sosyal maliyeti ile suça ilişkin modeller sunulacak, ilgili alandaki literatür özetlendikten sonra ekonometrik analiz uygulanacaktır. Dört bölümden oluşan makalenin akışı şu şekildedir: Giriş bölümünden sonra, işsizlik ve işsizliğin sosyal (psikolojik) boyutu üzerinde durulacaktır. Ardından suç ekonomisi ve suça ilişkin ekonometrik modeller açıklanacaktır. Üçüncü bölümde konu ile ilgili yapılan çalışmalar

özetlenip dördüncü bölümde işsizlik ve suç ilişkisinin ekonometrik modeli kurulacaktır. Son bölümde ise çalışmanın sonuçlarına ve önerilere yer verilecektir.

1. İŞSİZLİK VE İŞSİZLİĞİN SOSYAL BOYUTU

İşsizlik, iktisat biliminin en önemli problemlerden biri olduğundan, hem sosyal hem de ekonomik anlamda büyük bir yükü ifade etmektedir. Referans döneminde son dört hafta içinde iş aramış olup iki hafta içerisinde iş başı yapabilecek durumdaki 15 ve daha büyük yaştaki bireyler işsiz olarak kabul edilmektedir (Türkiye İstatistik Kurumu). İşsiz sayısının işgücüne (istihdam edilenler + işsizler) bölünmesiyle de işsizlik oranı hesaplanmaktadır. İş bulmaktan umudu olmadığı için son dört haftada iş aramayan ancak iş olsa hemen çalışmaya başlayacak durumda olanların, işsiz sayısına eklenmesi ile geniş anlamda işsizliğe ulaşılmaktadır. İşsizlik türleri itibari ile çeşitlilik gösterirken, birey açısından psikolojik ve mali, makro açıdan ise kronik bir sorun olmaya devam etmektedir.

İşsizliğin iktisadi maliyetinin yanında psikolojik boyutu da araştırılması gereken bir unsurdur. Çünkü işsizlik, bireysel olduğu kadar makro açıdan bakıldığında çarpan etkisiyle daha büyük boyutlara ulaşabilmektedir. Kişinin işsiz olması öncelikle kendisinin ardından çarpan etkisi ile aile ve çevresinin psikolojisini etkilemektedir. Bir başka deyişle, kişinin işsiz kalması hem kendisini hem de aile ve sosyal çevresine baskı yaratarak kişinin psikolojik açıdan etkilenmesine neden olmaktadır. İşsizlik sonucu yaşanan psikolojik baskı, somatik rahatsızlıkları da beraberinde getirmektedir. Bunların başında, beslenme bozuklukları, kalp ve dolaşım hastalıkları, raşitizm hastalığı, kas yapısında zayıflama gibi rahatsızlıklar başı çekmektedir (Fajnzylber vd. 2000: 222). İşsizlik, özellikle uzun süre işsiz kalan kişinin kendini değersiz görmesine aldığı eğitimi sorgulamasına, sosyal çevreden uzaklaşmasına, iletişim kopukluklarına ve en sonunda stres, depresyon ve kaygı düzeylerinde artışa neden olabilmektedir. Geçim sıkıntısı çeken, temel ihtiyaçlarını karşılayamayan, sürekli borçlanarak tüketime yönelen, kendini baskı altında hisseden birey ya da çevreler işsizliğin psikolojik maliyeti ağır bastığından suça meyilli hale gelebilmektedirler. Bu anlamda işsizlik ve suç arasındaki ilişkinin yönü ve kuvvetinin belirlenmesi, işsizliğin psikolojik boyutunu öngörebilmek açısından önemlidir.

İşsizliğin bir diğer sosyal boyutu, bireylerin iş bulma amacıyla farklı yerlere göç etmeleridir. İşsizlikten dolayı ortaya çıkan göç, kültürel zayıflama, yabancılaşma ve bütünleşme problemi gibi nitelikte ortaya çıkan sorunlar, bireylerin suç işlemelerinde etkili olabilmektedir (Fleisher, 1966: 126). İşsizlik aile bağlarını, sosyal kontrol unsurlarını yıkmakta ve zayıflatmakta olduğundan hem dolaylı hem de doğrudan suça neden olmaktadır.

Teknik anlamda bireylerin suç işlemesine yol açan temel etmen, anomi ve anomiyeye uyum sürecidir. Durkheim tarafından literatüre kazandırılan bu kavram, standartların ve değerlerin kaybolması neticesinde sosyal düzenin bozulması anlamına gelmektedir. Anominin olduğu toplumlarda çözülme, yozlaşma, hırsızlık, gasp gibi suç teşkil eden davranışlar çok sık görülmektedir. Bu açıdan işsizliğin, şiddet suçlarından çok belli bir getiri sağlayan yani mala karşı işlenen suçlarla ilişkisi olduğu tespit edilmiştir (Güvel, 2004: 63). Suç ve işsizlik ilişkisi

üzerine yapılan çalışmalar farklı kanıtlar sunsa da genel kanı, işsizliğin, suç oranını artıran bir etken olduğudur (Raphael ve Winter-Ebmer, 2001: 260).

2. SUÇ EKONOMİSİ VE SUÇA İLİŞKİN MODELLER

Suç kavramı evrensel olduğu kadar genel bir olgudur. Tanımsal olarak suç, ceza kanunu kapsamınca yasaklanan davranışlar; bu davranışları sergileyen kişiler de suçlu olarak tanımlanmaktadır (Beirne ve Messerschmidt, 1991: 11). Bir bilim olarak suç “kriminoloji” kavramı adı altında ilk kez 1879 yılında Paul Topinard tarafından kullanılmıştır. Literatüre kriminoloji olarak girdikten sonra, farklı disiplinler ile bağdaştırılmış ve neden sonuç ilişkileri araştırılmıştır.

Suç eylemlerinde yaşanan artışlar, bireysel ve kamu harcamalarının suç faaliyetlerini önleme ve cezalandırma alanlarında kullanılmasına neden olmaktadır. Suçun gerçekleşmesinin arkasında yatan ekonomik ortam ve suçlu kişiyi bu yasa dışı faaliyetlere yönlendiren psikolojik durum incelenmektedir. Yapılan araştırmalarda bireylerin psikolojik ve maddi durumu, işlenen suç sayıları ile yakından ilişkilidir. Suç faaliyetlerinin eski zamanlardan bu yana bazı ülke ve bölgelerde daha yüksek olmasında hiç kuşkusuz o yerin sosyal, kültürel ve politik faktörlerin temel etken olduğu kabul edilmektedir. Bu yönüyle suç olgusu başta siyaset, psikoloji ve ekonomi olmak üzere sosyoloji, antropoloji, hukuk gibi farklı sosyal disiplinlerin ortak merkezinde birleşen bir özelliğe sahiptir.

Suç ekonomisi alanında yapılan çalışmalar, işsizlik ile suç arasındaki ilişkinin psikolojik boyutunun somutlaştırılması açısından son derece anlamlıdır. Bu doğrultuda ekonomistler tarafından suçun nedenlerini anlamak ve açıklamak için geliştirilen modeller, suça ilişkin ekonomik modeller olarak tanımlanmaktadır. Witte ve Tauchen, iş ve suç arasındaki ekonomik yapıyı suçun iş gibi zaman almakta olduğu ve gelir oluşturduğu şeklinde ifade etmişlerdir (Witte ve Tauchen, 1994: 1-2).

Kişilerin yasal olarak elde ettikleri gelirin görece suç faaliyetinden elde edilecek kazançtan düşük olması, suça karşı eğilimi artırmaktadır. Yasal gelirin düşük olması ise işsizlik oranında bir yükselmeye ya da işgücüne katılma oranında bir azalmaya yol açacağından artan işsizlik de suç aktivitesinin artmasına zemin hazırlamaktadır (Witt vd., 1999: 391). Konuya farklı bir bakış açısı ile bakılacak olursak suç ile iş birbirinin alternatifi durumundadır ve birey belli bir dönemde gelir elde etmek için bu iki alternatiften birini tercih edebilmektedir (Edmark, 2005: 354). Özellikle yolsuzluğun, liyakatsizliğin ve haksızlığın alışlageldiği yerlerde suça meylin giderek artmasını beklemek yanlış olmayacaktır.

Suç ekonomisine ilişkin modeller, faaliyetlerinin yasa dışı olup olmaması noktasında aldıkları kararın genel olarak benmerkezci bir fayda-maliyet analizi ile ulaşıldığını ileri sürmektedir. Modellerin dayanak noktası ise bireylerin rasyonel yani akılcı bir yaklaşımla hareket edeceği varsayımdır. Teknik anlamda da portföy tercihi ve emek arzı modellerine benzemektedir. Bu yönden veri setleri genişletilerek, uygulanan yöntem ve analizler geliştirilerek pek çok farklı ampirik çalışma gerçekleştirilmiştir. Buna ilaveten modellerde yalnızca suçlu kesime odaklanılmamış ekonomide tüm bireyler için ortak kabul gören kişilerin karakter analizi de ele alınmıştır. Çalışmaların birçoğu ceza alma ihtimalinin ya da uygulanacak cezanın

şiddetinin suçlu davranışın üzerinde caydırıcı etkisinin olduğu hipotezini desteklemiştir. Suç ve ekonomi ilişkisi üzerine yapılan çalışmalarda ve çalışmanın konumu ile paralel olan işsizlik-suç analizlerinde, genel kanının aksine işsizliğin suça etkisinin olmadığı da saptanmıştır.

Aşağıda literatürde en sık rastlanılan ekonomi ve suç ilişkisi çizgisinde geliştirilen geleneksel, fayda teorisi ve risk, zaman ayırma ve beklenti teorisi modelleri kısaca özetlenmiştir.

2.1. Geleneksel Ekonomik Model

Suç ve ekonomiyi yan yana getiren, ilişki bağlamda model üzerinde inceleyen ilk araştırmacı 1968 yılında, “Crime and Punishment: An Economic Approach” başlıklı makalesi ile Gary S. Becker olmuştur. Daha sonra söz konusu alanda çalışmalar çeşitlenmiş, özel suçlar ile ekonomik modeller geliştirilmiştir.

Geleneksel modele göre, X kişinin legal piyasa koşullarında elde edebileceği geliri, Y, aynı kişinin suç faaliyetinden beklediği kazancı, p, suç faaliyetini gerçekleştiren kişinin mahkûm olma ve yakalanma ihtimalini, Z, kişinin mahkûm olması ve yakalanması durumunda cezanın parasal karşılığını ifade etmektedir. Yasal bir faaliyet sonucu elde edilen fayda $U(X)$ olarak verilebilirken, illegal olarak elde edeceği fayda kişinin yakalanıp yakalanmayacağı belli olmadığı için net değildir. Bu durumda iki farklı fayda düzeyi ortaya çıkmaktadır. Kişinin yasadışı yollardan beklediği faydayı gösteren EU , suçlunun yakalanmama ihtimali olan $(1-p)$ ile elde edilen faydanın $U(Y)$ çarpımına, $U(Y-Z)$ ile kişinin yakalanma ihtimali olan p 'nin çarpımının eklenmesi ile elde edilmektedir (Kesbiç ve Dündar, 2017: 330).

$$EU = (1-p).U(Y) + p.U(Y-Z) \quad (1)$$

(1) numaralı eşitlikte eğer $U(X) > EU$ ise kişi yasadışı yollara başvurmazken, $U(X) < EU$ durumunda ise yasadışı yollara başvuracaktır (Dursun, 1997:4). İstihdam artırıcı genişletici politikalar ve ücret iyileştirmeleri yasal gelir fırsatlarını olumlu yönde etkileyebilmektedir.

2.2. Fayda Teorisi ve Risk Analizi

Hirschey ve Pappas'a (1993) göre risk durumunda olan birey, risk düşkünlüğü, riskten kaçınma ve risk tarafsızlığı davranışlarından birini tercih etmektedir. Bu yaklaşıma göre, bireyler parasal getirileri aynı olan tercihlerle karşılaştıkları zaman, riskten kaçınan kişi daha az riskli alternatifi, risk düşkünü kişi daha riskli alternatifte yönelirken, riske karşı tarafsız olan kişi, iki alternatif arasında tercih yapmamaktadır (Hirschey ve Pappas, 1993: 93).

Hirschey ve Pappas (1993) yaklaşımının temelinde paranın azalan marjinal faydası yatmaktadır. Buna göre parada meydana gelecek ek bir artışın, faydada meydana gelecek artıştan daha az bir artış oluşturacağını ifade etmektedir. Modele göre, riskten kaçınan kişinin parası ikiye katlandığında elde edeceği fayda ilk duruma göre iki kattan daha az olmaktadır. Risk düşkünü birey için iki katına çıkan parasına karşılık elde edeceği fayda ilk duruma göre iki kattan daha fazla artış sergilemektedir. Riske karşı tarafsız olan kişi için ise, iki katına çıkan parasına karşın kişinin elde edeceği fayda ilk duruma göre ikiye katlanmaktadır (Hirschey ve Pappas, 1993: 93-94).

2.3. Zaman Ayırma Modelleri

Suç ekonomisi yazını incelendiğinde, suç kararı modelleme noktasında iki farklı yaklaşımın ön plana çıktığı görülmektedir. İlki bireyin birikimli olarak elde ettiği servetinin ne kadarlık kısmını yasa dışı faaliyetlere riske atması konusunda aldığı karar olan “Portföy Yaklaşımıdır”. Bu yaklaşım aynı zamanda tüm fayda ve maliyetlerin parasal olduğunu göstermektedir. Yani birey için kayıp/kazanç maddi olarak ifade edilebilmektedir. Ancak bazı suç faaliyetleri sonucunda maddi unsurlardan çok sabıka ve itibar kaybı gibi manevi kayıplar daha büyük eksikliği ifade etmektedir. Tam bu noktada ikinci yaklaşım olan “Zaman Ayırma Yaklaşımı” devreye girmektedir. Bu model suç kararlarını zaman tahsis sorunu olarak göstermektedir.

Zaman ayırma modelleri, kişinin suçtan beklediği fayda ile yasal faaliyetlerden beklediği faydanın karşılaştırmalı olarak yapılan analizine dayanmaktadır. Modelde temel olarak, yasadışı ve yasal faaliyetlerden daha fazla fayda sağlayan faaliyete zaman ayrılması esas alınmaktadır. Ayrıca modelde fayda ve maliyet koşulları dışındaki unsurlar göz ardı edildiğinden suçlu ve suçsuz bireyler arasında motivasyon ve zaman ayırma yönünden bir fark gözetilmemektedir. Kısaca, parasal olduğu kadar maddi olmayan menfaat ve maliyetleri de açıklamaya çalışan bu modelde birey, en az zaman ile en çok fayda sağlayan faaliyeti tercih etmektedir.

Allingham ve Sandmo (1972), Singh (1973) ve Kolm (1973) suç kararlarını portföy yaklaşımı olarak ele alırken, Becker (1968), Ehrlich (1973) ve Sjoquist (1973), Block ve Heineke (1975) suç kararlarını bir zaman problemi olarak incelemişlerdir. Yapılan çalışmalardan elde edilen sonuçlar ise önemli farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıkların arkasındaki sebep, beklenildiği üzere boş zamana ayrılan miktar ya da parasal olmayan özellikler ile ilgilidir.

2.4. Beklenti Teorisi

Kahneman ve Twersky (1979) tarafından geliştirilen beklenti teorisi, zaman ayırma modellerine yöneltilen eleştirilerden ortaya çıkmıştır. Lattimore ve Witte (1986) tarafından geliştirilen suç tercihi modeli, beklenti modelinin en çok bilinenidir. Modelde, fayda ve maliyet unsurlarının yanına herhangi bir faaliyetin sonucunun belirsiz olması durumu da eklenmiştir. Birey, yasal ve yasadışı faaliyetlerine fayda ve maliyet hesabı yaparak girerken, üçüncü boyut olan beklenti teorisinde, yapacağı faaliyetin sonucunun belirsiz olması durumu alternatif bir yaklaşım olarak ele alınmıştır. Diğer modeller cari serveti gösteren duruma bakarken bu yaklaşım, zenginliğin değişmesiyle oluşan faydaya önem vermektedir.

Kişinin belirsiz ortamda yani risk faktörünün olduğu durumda tercihte bulunması riskten kaçınma ve risk düşkünlüğü halini doğurmaktadır. Birey, kesin ve risk içeren iki alternatif arasında tercihte bulunurken, eğer kayıp söz konusu ise risk faktörü daha fazla kayıp içerse de onu seçmektedir. Bu durum risk düşkünlüğü olarak adlandırılmaktadır. Ters durumda, getiri sağlayan iki alternatif tercih edilirken bireyler, getirisi az olsa da kesin durumu seçmeye meyillidirler. Bu durum ise riskten kaçınma olarak bilinmektedir. Kısaca rasyonel birey getiri elde ederken riskten kaçınırken, kayıp söz konusu olduğunda aldığı risk oranı artmaktadır.

3. İŞSİZLİK- SUÇ İLİŞKİSİ ÜZERİNE YAPILAN ÇALIŞMALAR

Konu ile ilgili literatür oldukça geniş olmasına karşın ülkemizde de bu alana önemli katkılar yapılmaya devam etmektedir. Ekonometrik çalışmalar genellikle, mala karşı işlenen suçlar ve intihar başta olmak üzere işsizlik, gelir düzeyi, ücret, yoksulluk, enflasyon gibi makro iktisadi göstergeler ile eğitim, şehirleşme, alt yapı, göç gibi sosyal faktörler arasındaki ilişkileri tespit etmeye yöneliktir.

Suç ile işsizlik arasındaki ilişkiyi açıklamaya yönelik yapılan çalışmaların bazılarında değişkenler arasında pozitif ilişki olduğu sonucuna ulaşırken (Bkz: Carmichael ve Ward (2001), Witte ve Tauchen (1994) Buonanno ve Montolio (2008), Cerro ve Meloni (2000)), bazıları ise ya ilişkinin olmadığını ya da önemsiz olduğunu öne sürmüşlerdir (Bkz: Hojman (2002), Imrohroglu vd. (2001), Papps ve Winkelman (1998)). Bunun yanında farklı çalışmalarda, suçlu bireylerin çoğunun iş sahibi olduğu da tespit edilmiştir (Freeman 1994).

Literatürde bu alanda yapılan ulusal ve uluslararası bazı çalışmalar, daha rahat karşılaştırabilmek ve görsel olarak daha sade bir görünüm elde edebilmek için tablo halinde özetlenmiştir.

Tablo 1. Literatür Özeti

Yazar(lar)/ Yıl	Ülke/Bölge	Ekonometrik Yöntem	Suç Türü Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Dönem	Sonuç
Raphael ve Winter-Ebmer (2001)	ABD	Panel Veri Analizi	Mala Karşı İşlenen Suçlar	İşsizlik	1971-1997	Değişkenler arasında nedensellik vardır.
Lee (2006)	Güney Kore, Japonya, Avustralya	Granger Nedensellik	Mala ve Şahsa Karşı İşlenen Suçlar	İşsizlik	1972-2001	Uzun dönemde nedensellik vardır.
Gillani vd. (2009)	Pakistan	Toda Yamamoto Granger Nedensellik	Tüm Suçlar	İşsizlik, Yoksulluk, Enflasyon	1975-2007	Değişkenler arasında uzun dönemde ilişki vardır.
Tang (2009)	Malezya	ARDL	Tüm Suçlar	Enflasyon, İşsizlik	1970-2006	Kısa dönemde ilişki yokken, uzun dönemde pozitif bir ilişki vardır.
Saridakis ve Spengler (2009)	Yunanistan	Dinamik Panel Veri	Mala Karşı İşlenen Suçlar	İşsizlik	1991-1998	Değişkenler arasında pozitif ve anlamlı bir

						ilişki vardır.
Aksu ve Akkuş (2010)	Türkiye	Sınır Testi	Mala Karşı İşlenen Suçlar	Enflasyon, İşsizlik, Kişi Başı Reel Gelir	1970-2007	Uzun dönemde değişkenler arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.
Abraham (2011)	Hindistan	Panel Veri Analizi	Tüm Suçlar	İşsizlik, Ücretlerde Eşitsizlik	2001-2008	Değişkenler arasında nedensel bir ilişki vardır.
Dursun vd. (2011)	Türkiye	Pedroni ve Kao Panel Eş Bütünleşme Testleri	7 Farklı Suç Türü	Kişi Başına Gelir, İşsizlik	1990-2010	Uzun dönem eşbütünleşme ilişkisi vardır.
Kaya ve Bozkurt (2011)	Türkiye	En Küçük Kareler	Yeşil Kartlı Sayısı	KBDMG, Suç Oranı, İşsizlik	1993-2009	Değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.
Ata (2011)	27 Avrupa Birliği Üyesi Ülke	Yatay-Kesit Analizi	Mala Karşı İşlenen Suçlar	İşsizlik, Ücret	2008	İşsizlik ile anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.
Wu ve Wu (2011)	İngiltere	Panel Veri	Tüm Suçlar	İşsizlik, Gelir Eşitsizliği	2002-2007	Değişkenler arasında anlamlı bir ilişki vardır.
Gillani vd. (2011)	Pakistan	Johansen Eşbütünleşme Ve Granger Nedensellik	Mala Karşı İşlenen Suçlar	İşsizlik	1975-2008	Uzun dönemde geçerli bir ilişki vardır.
Çakmak vd. (2011)	Türkiye	Vektör Hata Düzeltme	Suç Sınıfları	İşsizlik	1990-2009	Kısa dönemde nedensellik vardır.
Hooghe vd. (2011)	Belçika	Mekansal Regresyon Analizi	Tüm Suçlar	İşsizlik, Gelir Eşitsizliği, Yoksulluk	2001-2006	Değişkenler arasında güçlü ve pozitif bir ilişki vardır.
Fallahi vd. (2012)	ABD	ARDL	Tüm Suçlar	İşsizlik	1976-2004	Kısa ve uzun dönemde suç türlerine göre pozitif /negatif bir ilişki vardır.

Dumitru (2012)	Bükreş	Çok Faktörlü Model	Tüm Suçlar	İşsizlik	1990-2010	Değişkenler arasında doğru oranlı bir ilişki vardır.
Aaltonen vd. (2013)	Finlandiya	Regresyon Modeli	Mala Karşı İşlenen Suçlar, Şiddet Suçları	İşsizlik	2001-2006	Mala işlenen suçlara karşı pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.
Maddah (2013)	İran	VAR Modeli	Tüm Suçlar	İşsizlik, Gelir Eşitsizliği	1979-2007	Değişkenler arasında pozitif yönde eşbütünlük bir ilişki vardır.
Lastauskas ve Tatsi (2013)	Almanya	Mekansal Regresyon Analizi	Mala Karşı İşlenen Suçlar	İşsizlik	2009-2010	İki değişken arasında anlamlı bir ilişki vardır.
Umaru vd. (2013)	Nijerya	Granger Nedensellik Analizi	Tüm Suçlar	İşsizlik, Enflasyon, Yoksulluk	1980-2009	İşsizlikle ilişki bulunamazken, diğer değişkenlerle tek yönlü ilişki vardır.
Speziale (2014)	İtalya	Panel Veri Analizi	Hırsızlık, Gasp, Yolsuzluk ve Toplam Suç Oranları	İşsizlik	2000-2005	İşsizlik oranının tüm suç türleriyle pozitif bir ilişkisi vardır.
Buonanno vd. (2014)	15 Avrupa Birliği ülkesi, Norveç, Kanada ve ABD	Panel Veri Analizi	Tüm Suçlar	İşsizlik	1970-2010	Değişkenler arasında pozitif bir ilişki vardır.
Terande ve Clement (2014)	Nijerya	Johansen Eşbütünlük ve Granger Nedensellik	Tüm Suçlar	İşsizlik, Enflasyon	1980-2011	Uzun ve kısa dönemde nedensellik bir ilişkisi vardır.
Entorf ve Sieger (2014)	Almanya	En Küçük Kareler	Hırsızlık, Saldırı Suçları	İşsizlik	2003-2009	Hırsızlık için pozitif, saldırı için negatif ilişki vardır.
Kilishi vd. (2014)	Nijerya	Panel Veri Analizi	Tüm Suçlar	İşsizlik	1996-2005	Değişkenler arasında pozitif yönde

						bir ilişki vardır.
Çakmak (2015)	Türkiye	ARDL	Ceza İnfaz Kurumuna Giren Kişi Sayısı	Gelir Düzeyi, İşsizlik, Eğitim	1952-2011	Değişkenler arasında negatif bir ilişki vardır.
Janko ve Popli (2015)	Kanada	Hata Düzeltme Modeli	Toplam Suç	İşsizlik	1979-2006	Uzun dönemde ilişki yokken, kısa dönemde negatif bir ilişki vardır.
Mulok (2016)	Endonezya	ARDL	Tüm Suçlar	Ekonomik Büyüme	1980-2013	Değişkenler arasında pozitif bir ilişki vardır.
Lobont (2017)	Romanya	Çoklu Regresyon Analizi	7 Farklı Suç	Gelir, İşsizlik, Enflasyon, Büyüme	1990-2014	Değişkenler arasında en az bir adet eşbütünlük vardır.
Yorulmaz ve Yakut (2017)	Türkiye	Path Analizi	Mülkiyet Suçları	İşsizlik, KBDMG	2008	Değişkenler arasında pozitif bir ilişki vardır.
Tunca (2018)	Türkiye	İkili Yakınsama Yaklaşımı	Mala Karşı İşlenen Suçlar	Suç Oranı	2006-2016	İller arasında kısmi yakınsama tespit edilmiştir.
Ayla vd. (2019)	Türkiye	En Küçük Kareler Yöntemi	Ekonomik Kriz	İntihar, Boşanma, Evlilik	1980-2016	3-4 yıl önce gerçekleşen krizin, intiharları arttırdığı belirlenmiştir.
Ayhan ve Bursa (2019)	AB Ülkeleri	Panel Veri Analizi	Suç Oranı	İşsizlik	1993-2016	Ülkelerindeki suç ya da işsizlik serilerinde meydana gelen şok, diğer ülkeleri de etkilemektedir.
Atila ve Çelikkaya (2020)	Türkiye	Granger Nedensellik Analizi	Ekonomik Krizler	İşsizlik, suç ve intihar	1988-2012	Suç ile ekonomik krizler arasında pozitif yönlü

						nedensellik belirlenmiştir.
--	--	--	--	--	--	-----------------------------

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

4. EKONOMETRİK MODEL

4.1. Veri Seti ve Yöntem

Modelde, suç değişkeni olarak ekonomik nedenlerden kaynaklanan mala karşı işlenen suç sayısı bağımlı, işsizlik oranı ise bağımsız değişken olarak belirlenmiştir. Suç göstergesi olarak hırsızlık, yağma, mala zarar verme, dolandırıcılık ve diğer alt endekslerinden oluşan mal varlığına karşı işlenen toplam suç sayıları baz alınmıştır. Demirbaş'a (2014) göre trafik suçları haricinde mala karşı işlenen suçlar, resmi olarak kayıtlı suçların %90'nını oluşturmaktadır. Soygun, uyuşturucu ve kadın ticareti, cinayet, hırsızlık, gibi suçlar farklı güdüler sonucunda gerçekleştiğinden dolayı suç sayısına dâhil edilmemiştir. Suç istatistikleri TÜİK veri tabanından ve T.C. Adalet Bakanlığı Adli Sicil ve İstatistik Genel Müdürlüğü'nün yıllık olarak yayınladığı Adli İstatistikler raporundan, işsizlik oranı ise Dünya Bankası veri tabanından elde edilmiştir. Örneklem aralığı olarak 2002-2019 son siyasi iktidar dönemi baz alınmış ve yıllık açıklanan veriler ile çalışılmıştır.

Çalışmada suç ve işsizlik ilişkisinin araştırılmasında değişkenlerin yönünün ve etkileme gücünün açıklanmasından dolayı Vektör Otoregresif Model (VAR) yöntemi kullanılmıştır. VAR modelinin esas amacı, hem değişkenler arasındaki tek yönlü ilişkiyi belirlemek, hem de değişkenler arasındaki ileri ve geri bağlantıyı tespit etmektir (Kearney ve Monadjemi, 1990: 197-217).

Tablo 2. Çalışmada Kullanılan Değişkenler

İşsizlik Oranı (ISO)	:	LISO
Suç Sayısı (SUC)	:	LSUC

Not: L, değişkenlerin logaritmasını temsil etmektedir.

4.2. Analiz Sonuçları

Zaman serileri ile analizlerin yapılabilmesi için öncelikle serilerin durağan olmaları gerekmektedir. Başka bir ifade ile durağan olmayan zaman serileri sahte regresyon durumunun oluşmasına zemin hazırlamaktadır (Gujarati, 2001: 709).

Zaman serilerinin durağan olup olmadığının test edilmesi için sıklıkla, DF-GLS (Dickey Fuller), ADF (Augmented Dickey-Fuller) ve PP (Phillips Perron) testleri kullanılmaktadır. Birim kök testlerine ilişkin boş ve alternatif hipotezler aşağıdaki gibidir:

H0: Seri durağan değildir (birim kök içermektedir).

H1: Seri durağandır (birim kök içermemektedir).

Tablo 3. Birim Kök Testi Sonuçları

TEST	Değişken	Düzye Değeri		Birinci Fark Değeri	
		Sabit	Sabitli ve Trendli	Sabitli	Sabitli ve Trendli
Phillips Perron	LISO	-2.338639(1)	-2.176379(2)	-4.247115(4)*	-5.197693(7)*
	LSUC	2.228538(1)	2.210475(1)	3.558996(3)**	3.410009(3)***
Augmented Dickey Fuller	LISO	2.260046(0)	-2.198644(0)	-3.900536(0)**	-4.558870(0)**
	LSUC	2.137541(0)	-2.102714(0)	-3.594042(0)**	-3.464783(0)***

Not: *, **, ***işaretleri değişkenlerin % 1, % 5, %10 önem düzeyinde anlamlılıklarını göstermektedir. Parantez içindeki değerler gecikme uzunluklarını ve bant genişliğini temsil etmektedir.

PP ve ADF birim kök testi sonuçlarına göre, sabitli ve trendli modeller incelendiğinde, LISO ve LSUC serilerinin düzey değerlerinde durağan olmadığı görülmektedir. Serilerin birinci farkları alındığında hem sabitli hem de sabitli ve trendli modellerde %1, %5 ve %10 anlamlılık değerlerinde durağan oldukları gözlenmiştir.

Serilerin birinci farkta durağan olması VAR analizine geçilmesini mümkün kılmaktadır. Modelde kullanılacak gecikme uzunluğunun belirlenmesi amacıyla yapılan test sonuçları Tablo 4'te verilmiştir. Buna göre VAR Modeli için gecikme uzunluğu Akaike Bilgi Kriteri (AIC) baz alınarak bir (1) olarak belirlenmiştir. Modelin istikrarlı olup olmadığı, geçerlilik kriterleri doğrutusunda Ek'teki analizler yardımıyla sınanmıştır. Değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkinin varlığını araştırmak amacıyla Johansen eşbütünleşme testi yapılmıştır. Test sonuçlarına ilişkin bulgular aşağıdaki tablolarda sunulmuştur.

Tablo 4. VAR Gecikme Uzunlukları Seçimi Test Sonuçları

Gecikme	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-5.968636	NA*	0.009923*	1.062485	1.156891*	1.061479
1	-1.893986	6.519440	0.009929	1.052531*	1.335751	1.049515*
2	1.058500	3.936648	0.011907	1.192200	1.664233	1.187172
3	2.534515	1.574415	0.018491	1.528731	2.189578	1.521692

Not: *En uygun gecikme uzunluğunu göstermektedir. LogL: Uygun gecikme uzunluğu, LR: Olabilirlik testi, FPE: Son öngörü hatası, AIC: Akaike, SC: Schwarz, HQ: Hannan-Quinn Bilgi Kriterlerini temsil etmektedir.

Tablo 5. Johansen Eşbütünleşme Testi (İz İstatistik Değerine Göre)

Hipotezler		Özdeğer	İz İstatistiği	%5 Kritik Sınır	Olasılık Değeri
H ₀	H ₁				

$r = 0$	$r \geq 1$	0.449391	9.648393	12.32090	0.1347
$r \leq 1$	$r \geq 2$	0.006274	0.100700	4.129906	0.7941

Tablo 6. Johansen Eşbütünleşme Testi (Maksimum Özdeğer İstatistiğine Göre)

Hipotezler		Özdeğer	Maksimum Özdeğer	%5 Kritik Sınır	Olasılık Değeri
H_0	H_1				
$r = 0$	$r = 1$	0.449391	9.547692	11.22480	0.0972
$r \leq 1$	$r = 2$	0.006274	0.100700	4.129906	0.7941

Test sonuçları incelendiğinde, iz istatistik değerleri ve maksimum öz değer istatistik değerlerinin %5 kritik sınırından küçük olduğu görülmektedir. Bu sebeple değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığı söz konusu değildir. Değişkenler arasında uzun dönemli ilişkinin olmamasından dolayı VECM ile nedensellik, etki-tepki ve varyans ayrıştırma analizi yapılamamaktadır. Bu sebepten dolayı değişkenlerin I(1) olmaları göz önünde bulundurularak, farklarıyla birlikte VAR analizi yapılmasına karar verilmiştir.

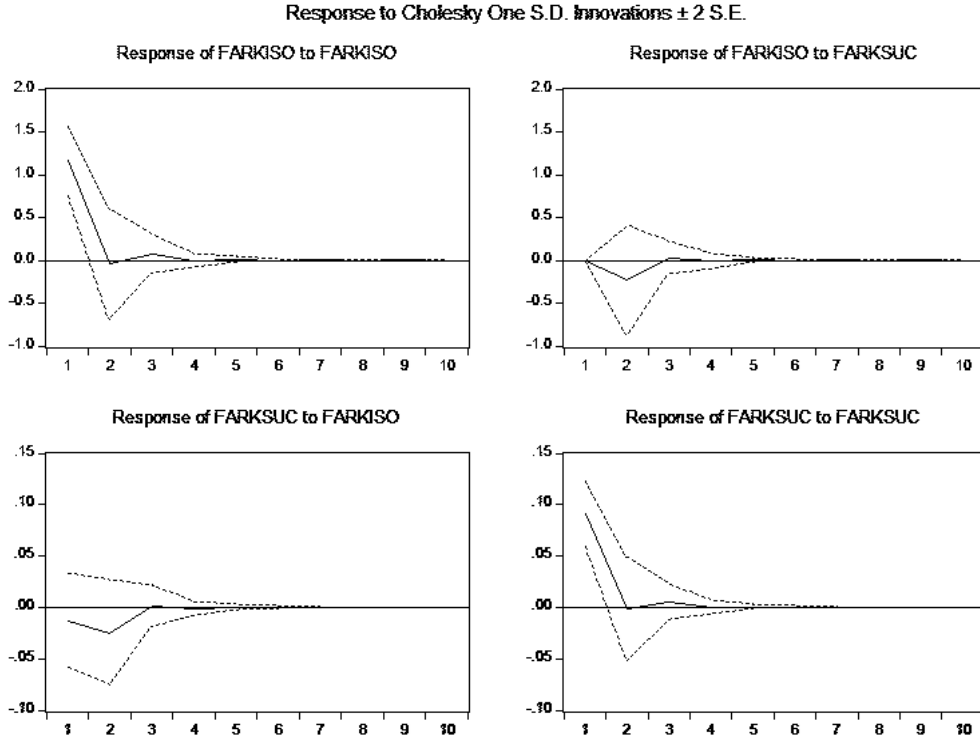
VAR modeli için gecikme uzunluğu (1) olarak belirlenmiştir. Normal Dağılım, Serisel Korelasyon LM ve Değişen Varyans Testi sonuçları Ek'te verilmiştir. Analize farkı alınan serilerle devam edilmiş ve Granger Nedensellik Testi sonuçları aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 7. Granger Nedensellik Testi Sonuçları

Bağımlı Değişken	Dışlanan Değişken	Ki-Kare İstatistiği	Serbestlik Derecesi	Olasılık Değeri
FARKISO	FARKSUC	0.553538	1	0.4569
FARKSUC	FARKISO	1.010259	1	0.3148

Granger nedensellik sonuçları incelendiğinde, %5 anlamlılık düzeyinde, işsizlik oranı ve suç sayısı arasında Granger Nedensellik ilişkisi bulunamamıştır. Analizin devamında, bir değişkende meydana gelen bir standart hatalık şok ya da %1'lik bir değişimin diğer değişkenler üzerindeki etkisini araştırmada kullanılan etki-tepki analizine yer verilmiştir.

Grafik 1. Etki-Tepki Analiz Sonuçları



FARKSUC değişkeninde meydana gelebilecek bir birimlik şokun sonucunda, FARKISO değişkeni tepkisinin, negatif yönde olduğu ve denge değerinde seyrettiği görülmektedir. FARKISO değişkeninde meydana gelen bir birimlik şok karşısında, FARKSUC değişkeninin tepkisi, 3. dönemden itibaren denge değerinde seyrettiği gözlenmiştir.

VAR modelinde artıkların analizinde kullanılan bir diğer yöntem de Varyans ayrıştırmasıdır. Bu yöntem ile istatistikî şokların değişkenler üzerindeki sayısal etkileri test edilmektedir. Bir değişkene ilişkin öngörü hata varyansının diğer değişkenler tarafından açıklanma oranı olarak tanımlanan varyans ayrıştırmasında uygulanan şok, bir değişkene ilişkin ileriye yönelik tahminin hata varyansını açıklayabiliyorsa, o değişkenin içsel olarak kabul edilebilmektedir. Teste ilişkin bulgular Tablo 8 ve 9'da gösterilmiştir.

Tablo 8. FARKISO Varyans Ayrıştırması Test Sonuçları

PERİOD	S.E.	FARKISO	FARKSUC
1	1.160510	100.0000	0.000000
2	1.185038	96.03001	3.969993
3	1.187134	96.01593	3.984072
4	1.187252	96.00136	3.998643
5	1.187262	96.00104	3.998960
6	1.187263	96.00097	3.999027
7	1.187263	96.00097	3.999030

8	1.187263	96.00097	3.999031
9	1.187263	96.00097	3.999031
10	1.187263	96.00097	3.999031

Tablo 9. FARKSUC Varyans Ayrıştırması Test Sonuçları

PERİOD	S.E.	FARKISO	FARKSUC
1	0.091902	2.003712	97.99629
2	0.095257	8.753426	91.24657
3	0.095407	8.747049	91.25295
4	0.095420	8.769261	91.23074
5	0.095421	8.769568	91.23043
6	0.095421	8.769665	91.23034
7	0.095421	8.769668	91.23033
8	0.095421	8.769669	91.23033
9	0.095421	8.769669	91.23033
10	0.095421	8.769669	91.23033

Varyans ayrıştırma sonuçlarına göre işsizlik oranının suç sayısını açıklama gücünün dönemler itibari ile artış seyri izlediği görülmektedir. 10. Dönem itibari ile suç sayısının işsizlik oranını açıklama gücünün yaklaşık %4, işsizlik oranının suç sayısını açıklama gücünün ise %8.76 olduğu gözlenmektedir.

SONUÇ

Bir varlık olarak insan, içinde yaşadığı toplumun normlarına ve yasalarına her zaman uymayabilir. Böyle bir durumda kanunun suç saydığı fillerin gerçekleşmesi suç edimini doğurmaktadır. Teknik olarak suç işlendikten sonra, devlete ve diğer bireylere dolaylı da olsa bir maliyet yüklenmektedir. Bu nokta da ise fayda-maliyet analizine dayanan suça ilişkin farklı modeller yardımcı olmaktadır.

Suçta ekonomik yaklaşımın öncüleri Becker (1968) ve Ehrlich (1973) bireylerin yasal yollardan kazanacağı gelirin düşük olması, yasa dışı yollardan elde edilecek gelirin fırsat maliyetini attırdığını ifade etmişlerdir. Kısaca işlenen suç sayısı ile işsizlik ve ücret düzeyi suça ilişkin modellerin ana odağında yer alan konulardır. Ancak yapılan çalışmalarda beklendiği gibi işsizlik oranı suç sayısını daha fazla arttırdığı gibi azaltan hatta aralarında kısa ve uzun dönemde ilişki bulamayan analizlerde mevcuttur. Ancak mala karşı işlenen suç sayılarında resmi veriler, faili meçhul olayları ve polis kayıtlarını içermediğinden suç istatistiklerinin bulanık hale gelmesine neden olmaktadır. Resmi verilerin yetersiz kalması da sağlıklı analiz sonucu elde edebilmenin önüne geçmektedir.

Bu çalışmada Türkiye’de 2002-2019 arası yıllık veriler ile mal varlığına karşı işlenen suç sayısı ve işsizlik oranı arasındaki ilişki Vektör Otoregresif Model yöntemi ile araştırılmıştır. Elde edilen bulgular işsizlik oranının suç sayısını açıklama gücünün çok daha kuvvetli olduğunu göstermektedir. Çalışmanın sonuçları, literatürde genel kabul gören ve bu alanda yapılan çalışmaların sonuçları ile paralellik göstermektedir. Bkz: Maddah (2013), Aaltonen vd. (2013), Çakmak (2011), Ata (2011) ve Saridakis ve Spengler (2009).

Suç, ekonomi ile ilişkisi olduğu kadar siyaset, yönetim, hukuki ve kültürel de bir olgudur. İşsizlik ve ücret düzeylerinin suç eylemi üzerindeki etkisi yadsınamaz. Ancak suçun tek nedenini iktisadi koşullarda aramak kesinlikle yanıltıcı olur. Bireyin ahlaki değerlere bakışı, bulunduğu yerin sosyo-politik ve kültürel yapısı, adalet ve hukuki altyapı suçun beslediği diğer etmenlerdir. Alınacak önlemlerin başında asgari ücret düzeyinin altındaki ücretin yasaklanması ve işsizlik sigortası gibi sosyal ödemelerin güvence altında olması gerekmektedir. Kalıcı olarak işsizliğin azaltılarak, belirli bir bant içerisinde tutulması için gereken yatırımlar ve politikalar izlenmelidir. Bireylerin algısındaki hukuki yozlaşmanın ve adaletsizlik güdüsünün önüne geçebilmek için ceza kanununca suç sayılan eylemlerde bulunanlara caydırıcı yaptırımlar uygulanmalı ve hukuki eşitlik gözetilmelidir.

KAYNAKÇA

- Aaltonen, M., Macdonald, J. M., Martikainen, P. ve Kivivuori, J. (2013). Examining The Generality of The Unemployment-Crime Association, *Amerikan Society of Criminology*, Vol. 51, Iss. 3, 561-594.
- Abraham, V. (2011). The Deteriorating Labour Market Conditions and Crime: An Analysis of Indian States During 2001-2008, *Munich Personal Repec Archive*, Paper No. 31387, 2-28.
- Aksu, H. ve Akkuş, Y. (2010). Türkiye’de Mala Karşı Suçların Sosyoekonomik Belirleyicileri Üzerine Bir Deneme: Sınır Testi Yaklaşımı (1970- 2007). *Sosyoekonomi*: 1/100110, Cilt: 11, 191-213.
- Allingham M. G. ve Sandmo, A. (1972). Income Tax Evasion: A Theoretical Analysis, *Journal of Public Economics* 1 (1972) 323-338.
- Ata, Y. A. (2011). Ücretler, İşsizlik ve Suç Arasındaki İlişki: Yatay-Kesit Analizi. *Çalışma ve Toplum*: 4, 113-134.
- Atila, M. ve Çelikkaya, S.(2020). Ekonomik Krizlerin Toplumsal İzdüşümü: Türkiye’de Yaşanan Ekonomik Krizlerin İşsizlik, Suç Ve İntihara Yansımaları, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, Yıl: 2020, Cilt: 11, Sayı: 26, 245-258.
- Ayhan, F. ve Bursa, N. (2019). Unemployment And Crime Nexus In European Union Countries: A Panel Data Analysis, *Journal of Administrative Sciences* Cilt/Volume 17, Sayı/No: 34, 465-484.

- Ayla, D., Karış, Ç. ve Kızıltan, A. (2019). Ekonomik Krizlerin Sosyal Etkileri: Türkiye Üzerine Bir Uygulama (1980-2016). *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 33(2), 415-434.
- Becker, G. S. (1968). Crime and Punishment, An Economic Approach. *National Bureau of Economic Research*, 169-217.
- Beirne, P. ve Messerschmidt, J. (1991). *Criminology*, Philadelphia: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Block, M. K. ve Heineke, J. M. (1975). A Labor Theoretic Analysis of the Criminal Choice, *American Economics Review* 65, 314-325.
- Buonanno P. ve Montolio D. (2008). Identifying The Socio-Economic And Demographic Determinants Of Crime Across Spanish Provinces, *International Review of Law and Economics*, Volume 28, Issue 2, June 2008, 89-97.
- Buonanno, P., Drago, F. ve Galbiati, R. (2014). Response of Crime To Unemployment: An International Comparison. *Journal of Contemporary Criminal Justice*: 30, 29-40.
- Carmichael, F. ve Robert W. (2001). Male Unemployment and Crime in England and Wales. *Economics Letters*, 73, 111-115.
- Cerro, A. ve Osvaldo M. M. (2000). Determinants of the Crime Rate in Argentina During the 90's. *Estudios de Economia*, 27, 297-311.
- Çakmak, C. ve Güney, A. (2011). Suçun Ekonomik Bir Belirleyicisi Olarak İşsizlik:1990-2009 Türkiye Analizi, Sekine Bozdemir ve Uğur Argun (Ed), Suç Önleme Sempozyumu Bildiriler Kitabı, Bursa Emniyet Müdürlüğü Yayınları No:1, Bursa, 222-243.
- Çakmak, İ. (2015). *İktisadi Yapı, Suç Ekonomisi Teorileri ve Suç: Türkiye Üzerine Bir Ampirik Analiz*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demirbaş, T. (2014). *Kriminoloji (Gözden Geçirilmiş 5. Baskı)*, Ankara, Seçkin Yayıncılık.
- Dumitru, R. (2012). The Relationship Between Crime Rate, Unemployment Rate and The Share of Total School Population: A Multifactorial Model. *International Journal of Criminal Investigation*, Vol. 2, 141-159.
- Dursun, H. (1997), *Suçun Ekonomik Modelleri*, DPT Yayını, Ankara, 4.
- Dursun, S., Aytaç, S. ve Topbaş, F. (2011). The Effects of Unemployment and Income on Crime: A Panel Data Analysis on Turkey, *Annales XLIII*, No. 60, 125-138.
- Edmark K. (2005). Unemployment and Crime: Is There a Connection? *Scandinavian Journal of Economics*, 107(2), 353-373.
- Ehrlich, I.(1973). Participation in Illegitimate Activities: A Theoretical and Emprical Investigation. *The Journal of Political Economy*, 81(3): 521-565.

- Entorf, H. ve Sieger, P. (2014). Does the Link Between Unemployment and Crime Depend on The Crime Level? A Quantile Regression Approach. *Forschungsinstitut Zur Zukunft der Arbeit Institute for the Study of Labor, Discussion Paper No. 8334*, 2-32.
- Fajnzylber, Pablo; Lederman, Daniel ve Loayza, Norman (2000), "Crime and Victimization: An Economic Perspective", *Economia*, 1(1): 219302.
- Fallahi, F., Pourtaghi, H. ve Rodriguez, G. (2012). The Unemployment Rate, Unemployment Volatility, and Crime. *International Journal of Social Economics*, Vol. 39, No. 6, 440-448.
- Fleisher, B. M. (1966). The Effect of Income on Delinquency. *The American Economic Review*, 56(1/2), 118-137.
- Freeman, R. B. (1994). Crime and The Job Market, NBER Working Paper Series, 4910.
- Gillani, S. Y. M., Khan, R. E. A. ve Gill, A. R. (2011). Unemployment and Property Crimes in Pakistan. *Asian Economic and Financial Review*, Vol.1 Iss.3, 125-135.
- Gillani, S. Y. M., Rehman, H. U. ve Gill, A. R. (2009). Unemployment, Poverty, Inflation and Crime Nexus: Cointegration and Causality Analysis of Pakistan. *Pakistan Economic and Social Review*, Vol. 47, No. 1, 79- 98.
- Gujarati, D. N. (2001). Temel Ekonometri, Çeviri: Ümit Şenesen ve Gülay G. Şenesen, Literatür Yayıncılık, İstanbul, 790.
- Güvel, E. A. (2004). Suç ve Ceza Ekonomisi, Ankara: Roma Yayınları, 63.
- Hirschey, M. ve Pappas, J. L. (1993). Managerial Economics (8. Edition), Philadelphia: The Dryden Press.
- Hojman, D. E. (2002). Explaining Crime in Buenos Aires: The Roles of Inequality, Unemployment and Structural Change, *Bulletin of Latin American Research*, 21(1), 121-128.
- Hooghe, M., Vanhoutte, B., Hardyns, W. ve Bircan, T. (2011). Unemployment, Inequality, Poverty and Crime Spatial Distribution Patterns of Criminal Acts in Belgium 2001-2006, *Brit. J. Criminol*, 51, 1-20.
- Imrohorglu, A., Merlo, A. ve Rupert, P. (2001). What Accounts for the Decline in Crime? (March 2001). *USC Finance & Business Econ. Working Paper No. 01-15*; *FRB of Cleveland Working Paper No. 00-08*; *PIER Working Paper No. 01-012*.
- Janko, Z. ve Popli, G. (2015). Examining the Link Between Crime And Unemployment: A Time-Series Analysis For Canada. *Applied Economics*, 47 (37), 4007-4019.
- Kahneman, D. ve Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk. *Econometrica: Journal of The Econometric Society*, Vol.47, No.2, 263-264.

- Kaya, V. M. ve Bozkurt, İ. (2011). İşsizlik, Kişi Başına Milli Gelir (Yoksulluk), Suç Oranı ve Yeşil Kart: 1993-2009 Türkiye Örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 30, 133-140.
- Kearney, C. ve Monadjemi, M. (1990). Fiscal Policy and Current Account Performance: International Evidence on the Twin Deficits. *Journal of Macroeconomics*, 12 (2): 197-219.
- Kesbiç, C. Yenal ve DüNDAR, Ö. (2017). İşsizlik ve Suç Arasındaki İlişkiye Teorik Bir Bakış. *Yönetim Ve Ekonomi Dergisi*, Cilt:24, Sayı:2, 327-348.
- Kilishi, A. A., Mobolaji, H. I., Usman, A., Yakubu, A. T. ve Yaru, M. A. (2014). The Effect of Unemployment on Crime in Nigeria: A Panel Data Analysis. *British Journal of Economics Management and Trade*, Vol.4 Iss.6, 880-895.
- Kolm, S. C. (1973). A Note on Optimum Tax Evasion, *Journal of Public Economics* 2, 265-270.
- Lastauskas, P. ve Tatsi, E. (2013). Spatial Nexus in Crime and Unemployment in Times of Crisis: Evidence from Germany. *University of Cambridge, Cambridge Working Papers in Economics*, 1-50.
- Lattimore, P. K. ve A. D. Witte (1986). Models of Decisionmaking Under Uncertainty, D.B. Cornish and B. V. Clarke (Ede.), *The Reasoning Criminal: Rational Choice Perspectives on Offending*, 129-155.
- Lee, D. Y. (2006). Unemployment and Crime: An Empirical Investigation. *Proceedings of the Pennsylvania Economic Association*, 80-88.
- Lobont, Oana-Ramona (2017). The Effect Of Socioeconomic Factors On Crime Rates In Romania: A Macro-Level Analysis. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 30(1), 91-111.
- Maddah, M. (2013). An Empirical Analysis of The Relationship Between Unemployment and Theft Crimes. *International Journal of Economics and Financial Issues*, Vol. 3, Iss. 1, 50-53.
- Mulok, D. (2016). The Relationship between Crime and Economic Growth in Malaysia: Re Examine Using Bound Test Approach. *Malaysian Journal of Business and Economics*, 3(1), 14-26.
- Papps, K. ve Rainer W. (1998). Unemployment and Crime: New Answer to an Old Question. IZA Discussion Paper, 25, 125.
- Raphael S. ve Winter-Ebmer R. (2001). Identifying the Effect of Unemployment on Crime. *Journal of Law and Economics*, 44(1), 259-283.
- Saridakis, G. ve Spengler, H. (2009). Crime, Deterrence and Unemployment in Greece: A Panel Data Approach. *Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, Discussion Papers*: 853, 2-9.

- Sjoquist, D. L. (1973). Property Crime and Economic Behavior: Some Empirical Results, *American Economics Review* 63, 439-446.
- Singh, B. (1973). Making Honesty the Best Policy, *Journal of Public Economics* 2, 257-263.
- Speziale, N. (2014). Does Unemployment Increase Crime? Evidence From Italian Provinces. *Applied Economics Letters*, Vol. 21, Iss. 15, 1083-1089.
- Tang, C. F. (2009). The Linkages Among Inflation, Unemployment and Crime Rates in Malaysia. *Int. Journal of Economics and Management*, Vol. 3 Iss. 1, 50-61.
- Terande, T. J. ve Clement, A. C. (2014). The Relationship Between Unemployment, Inflation and Crime: An Application of Cointegration and Causality Analysis in Nigeria. *Journal of Economics and Sustainable Development*, Vol. 5, Iss. 4, 131-137.
- Tunca, H. (2018). Mala Karşı İşlenen Suçlar Yakınsama Gösteriyor Mu? *Aydın İktisat Fakültesi Dergisi*, Cilt.3 Sayı.2, 18-29.
- Türkiye Cumhuriyeti Adalet Bakanlığı, Adli Sicil ve İstatistik Genel Müdürlüğü, <http://www.adlisicil.adalet.gov.tr>
- Türkiye İstatistik Kurumu, <http://www.tuik.gov.tr>
- Umaru, A., Donga, M., Gambo E. J. ve Yakubu, K. M. (2013). Relationship Between Crime Level, Unemployment, Poverty, Corruption and Inflation in Nigeria (An Empirical Analysis). *Global Advanced Research Journal of Management and Business Studies*, Vol. 2 Iss.8, 411-422.
- Witt, R., Clarke, A. ve Fielding A. (1999). Crime and Economic Activity: A Panel Data Approach. *British Journal of Criminology*, 39(3), 391-400.
- Witte, A. D. ve Tauchen, H. (1994). Work and Crime: An Exploration Using Panel Data. *National Bureau of Economic Research*, Working Paper No. 4794,1-19.
- Wu, D. ve Wu, Z. (2011). Crime, Inequality and Unemployment in England and Wales. *Applied Economics*, Vol. 44, Iss. 29, 1-28.
- Yorulmaz, Ö. ve Yakut, S. G. (2017). Türkiye’de Suç Oranını Etkileyen Sosyoekonomik Faktörlerin İncelenmesi: Path Analizine Dayanlı Yaklaşım. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 39(1), 307-322.

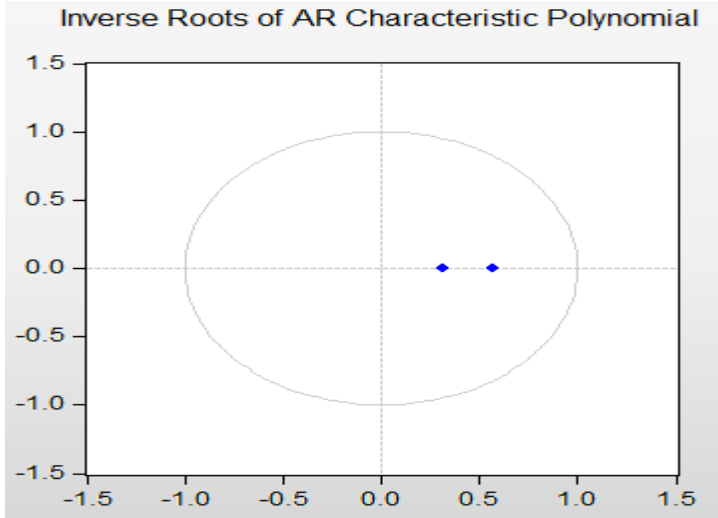
EKLER:

1. VAR (1) Modeli Geçerlilik Kriterleri

AR Karakteristik Polinomunun Ters Kökleri

Kök	Modulus
0.570592	0.570592
0.318798	0.318798

AR Karakteristik Polinomunun Ters Kökleri 'nin Grafik Gösterimi



Serisel Korelasyon LM Testi

Gecikme	LM-İst.	Olasılık değeri
1	2.993625	0.5589
2	2.399111	0.6628
3	0.409564	0.9817

Değişen Varyans Testi Sonuçları

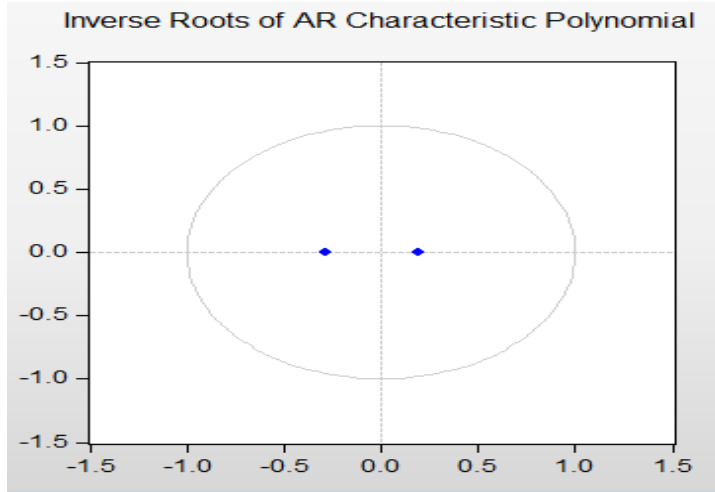
Joint Test		
Ki-Kare	Serbestlik Derecesi	Olasılık Değeri
20.24525	15	0.1627

2. VAR (1) Modeli Geçerlilik Kriterleri:

AR Karakteristik Polinomunun Ters Kökleri

Kök	Modulus
-0.280882	0.280882
0.196624	0.196624

AR Karakteristik Polinomunun Ters Kökleri 'nin Grafik Gösterimi



Serisel Korelasyon LM Testi

Gecikme	LM-İst.	Olasılık Değeri
1	5.289982	0.2588
2	4.878388	0.3000
3	2.649842	0.6180

Değişen Varyans Testi Sonuçları

Joint Test		
Ki-Kare	Serbestlik Derecesi	Olasılık Değeri
5.897327	15	0.9814

KENTSEL ORTAK KULLANIM ALANLARINA BİR ÖRNEK: SAMSUN MİLLET BAHÇESİ

Dr. Öğr. Üyesi Mücahit YILDIRIM

Samsun Üniversitesi

mucahit.yildirim@samsun.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-5781-449X

Fatih GÜL

Yüksek Lisans Öğrencisi

Samsun Üniversitesi

fath_055@hotmail.com

Orcid No: 0000-0002-3547-9694

Öz

Türkiye, barındırdığı doğal ve beşeri güzellikler ile birçok rekreasyon alanına sahiptir. Ülkenin hemen her bölgesinde var olan zengin doğal güzelliklerin yanı sıra insan faaliyetleri ve insan-doğa etkileşimleri ile yeni rekreasyon alanları da oluşturulmaktadır. Son yıllarda ülkede yaygın hale gelen ve birçok kentte yapımı devam eden rekreasyon alanlarından birisi de Millet Bahçeleridir. İnsanların dinlenme, eğlenme, spor yapma, sosyal faaliyetlerde bulunma gibi birçok etkileşim içerisinde olabileceği alanlar olan Millet Bahçeleri, çalışma sahası olan Samsun ilinde de 6 Haziran 2020 tarihinde açılışı yapılarak hizmete girmiştir. Çalışmanın amacı, Samsun Millet Bahçesinin mevcut durum tespitinin yapılarak Samsun turizmi açısından potansiyelinin ortaya çıkarılması ile kullanıma açılmadan önce tespit edilen eksikliklerin giderilmesi için farkındalık oluşturularak bu yönde önerilerde bulunmaktır. Bu amaçla çalışma, niteliksel özelliklerinin ortaya çıkarılmasına dayanan nitel bir araştırmadır. Saha çalışması ve görüşme yöntemleri ile elde edilen veriler analiz edilerek raporlaştırılmıştır. Elde edilen bulgular sonucunda Samsun Millet Bahçesinin öncelikle kolay ulaşım imkânı, geniş yeşil alanları, çeşitli yaş gruplarının aktiviteleri gibi sahalara sahip olma başta olmak üzere çeşitli alanlarda şehre olumlu katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Bunun yanı sıra sel, su baskını, fırtına tehlikesi ile malzeme kalitesi, işçilik, alet kullanım tehlikesi gibi bir takım risk ve eksikliklerin olduğu da tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Millet Bahçesi, Park, Bahçe, Samsun.

AN EXAMPLE OF URBAN COMMON USE AREAS: SAMSUN PUBLIC GARDEN

Abstract

Turkey has many recreation areas with natural and human beauty as hosting. In addition to the rich natural beauties that exist in almost every region of the country, new recreation areas are created with human activities and human-nature interactions. Millet Gardens, which are areas where people can have many interactions such as resting, having fun, doing sports, doing social activities, are also being built in Samsun, which is a working area, and is at the stage of entering service. The aim of the study is to raise awareness of Samsun Millet Garden's current situation by revealing its potential in terms of Samsun tourism and to make suggestions in this

direction by raising awareness for the deficiencies detected before it is opened to use. For this purpose, the study is a qualitative research based on the discovery of its qualitative and quantitative features. The data obtained through field study and interview methods were analyzed and reported. As a result of the findings, it is predicted that Samsun Millet Garden will make a positive contribution to the city in various fields, especially in terms of having easy access, large green areas and activities such as various age groups. In addition, it was determined that there are some risks and deficiencies such as flood, flood, storm hazard and material quality, workmanship, and tool usage hazard.

Keywords:PublicGarden, Park, Garden, Samsun.

GİRİŞ

İnsanlar, yaşamsal faaliyetlerini devam ettirirken doğa ile etkileşim halinde bulunmaktadır. Bu etkileşimler, çoğu zaman insanların ihtiyaçları doğrultusunda şekillenmiştir. Yaşamsal ihtiyaçlardan birkaçı olan dinlenme, gezip görme, okuma, spor yapma gibi faaliyetlere bağlı olarak çeşitli mekânlar üzerinde park ve büyük bahçeler yapılmaktadır. Bu doğrultuda park ve bahçeler, taşıdığı sembolik ve simgesel değerleriyle, var olduğu dönemde toplumun kentsel ve kamusal yaşam kültürünün yanı sıra bilinç düzeyini de aktarmaktadır. Böylece, kültürel peyzaj niteliği kazanmakta; bu niteliğini tarihsel düzlemin kültürel ve doğal değerleriyle sürdürdüğünde tarihi kentsel peyzaj olarak korunması ve yaşatılması gerekmektedir (Gültekin, 2015: 8).

Bahçe, batı kültüründe seyredilen, doğu kültüründe ise içinde yaşanan mekân olarak gelişmiştir. Hangi uygarlık olursa olsun her birinin kendine has bir bahçe stratejisi vardır ve buldukları coğrafyada topografik, ekolojik, sosyal ve kültürel özellikler doğrultusunda değişime uğramıştır (Çınar ve Kırca, 2010: 59). İslam öncesi ve sonrası Türk tarihinde de bahçe kültürü önemli bir olgu olarak görülmektedir. Doğaya karşı duyulan bu güçlü duygular ve doğa elemanlarına atfedilen kutsallık anlayışı, esasında Türk kültüründeki bahçe ve doğaya karşı oluşan sevginin de temelini oluşturmaktadır. Türk bahçelerinin her ne kadar İslam bahçe kültürünün bir bileşeni olduğu düşünülse de, Türk toplumlarının varlık gösterdiği Akdeniz, İran, Çin, Hint ve Bizans bahçelerinden etkilenmiş olduğu unutulmamalıdır. Bahçe, Türkler için göstermelik değildir; oturmak, yiyip-içmek, dinlenmek, dolaşmak, oyun oynamak gibi eylemler yanında bitkisel elemanların da yetiştirildiği alanlardır (Çınar ve Yirmibeşoğlu, 2019, s: 115). Mekân ve doğa ilişkisi, Türk kültüründe sanatsal ve mimari deneyimin önemli bir ürünüdür (Eskisarılı, 2019: 1). Osmanlı Devleti'nde ise bahçe ve bitki kültürü; saray bahçelerinden, küçük ev bahçelerine ve kamusal alanlara, mimari, tasvir, minyatür, süsleme sanatları, dokumacılık ve edebiyata kadar birçok dalda uygulama alanı bulmuş, tören ve kutlamaların vazgeçilmez unsurlarından biri haline gelmiştir (Çınar ve Kırca, 2010: 60). Öyle ki Osmanlı Devleti'nin son dönemlerinde 19. yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan "Millet Bahçeleri", konumları, işlevleri, inşa kararları ve süreçleri ile farklı bir kent mekânı oluşumunun izlerini taşımaları açısından bir kırılma noktası yaratarak halkın yeni ilgi odağı haline gelmişlerdir (Şenyurt, 2018: 143). Avrupa'da yönetim biçimlerinin değiştiği dönemde ortaya çıkan park kavramının Osmanlı'da uygulanabilmesi amacıyla Sultan Abdülaziz döneminde halka açık, umumi bahçeler yapılmış ve bu bahçelere "Millet Bahçesi" adı verilmiştir. Osmanlı tarihinde "Lale Devri" olarak adlandırılan ve 1718-1730 yılları arasında kapsayan süreç, özellikle güzel sanatlar açısından çok verimli bir dönem olarak dikkati çekmektedir. Şiir edebiyat, müzik, sivil mimarinin yanı sıra özellikle de yeşil alanların formu ve kullanımında büyük değişim ve yenilikler meydana gelmiştir. Türk bahçe sanatı bu dönemde çok büyük bir gelişim yakalamıştır. Lale Devri ile Osmanlı, geleneksel "bahçe" uygulamasından,

batının toplumu dönüştürme ve sosyalleştirme adına çok güçlü bir biçimde kullandığı “park”a geçiş yapılmıştır (Memlük, 2013: 51). Osmanlı Devleti’nde millet bahçelerinin ortaya çıkmasının yanı sıra Avrupa’da da halka açık bahçelerin ortaya çıkışının yine 19. yüzyılın sonlarında olduğu görülmektedir (Gürkaş, 2003: 13). Tanzimat Fermanı ile birlikte kent mekânı düzenleme ile ilgili olarak da yeni uygulamalara başlanmıştır. Bunlarda biri kent içinde planlı yeşil alanların oluşturulmasıdır. İlk olarak İstanbul’da oluşturulan millet bahçeleri, 1880 yılından itibaren Anadolu’nun farklı şehirlerinde de uygulanmaya başlanmıştır. Anadolu’daki millet bahçeleri, daha çok kentin tek ve en büyük caddesi üzerinde ve kamu binalarının önlerinde oluşturulmuştur (Avcı, 2016: 2).

Kentlerde binalar arasındaki tüm mekânlar, kent formunu da oluşturan sokak ve meydanların biçimlendirdiği sınırlarla belirgin dış mekân, toplumun ortak yer ve özel gereksinimlerin dışında ortak amaçlar için ortaklaşa kullandığı toplumsal mekânlardır. Kamusal mekânlar ise herkesin ortaklaşa sahip olduğu, toplumun günlük yaşantısında ya da dönemsel olarak (festival, bayram vb.) bazı aktiviteleri (tören, kutlama, gösteri vb.) gerçekleştirdikleri, toplumu birbirine bağlayan ortak bir zemin olarak nitelendirilebilir (Erdönmez ve Akı, 2005: 71). Kullanım biçim ve amaçları dikkate alındığında toplumsal ve kamusal açık ya da dış mekânlar ile kamusal alanlardan yarı-kamusal ve özel mekânlara geçişler, kenti ve toplumu oluşturan temel öğelerdir (Polat ve Bilsel, 2006: 59). Açık kamusal mekânlar, yerleşimin sınırları içinde topluma, doğrudan ya da dolaylı olarak çevresel, sosyal ve ekonomik faydalar sağlayan ya da sağlama potansiyeli bulunan, çoğunlukla kapalı mekân içermeyen yerlerdir. Açık kamusal alan kapsamındaki parklar ve bahçeler ise doğal özelliklere, peyzaj öğelerine hatta sanat objelerine sahip yeşil alan türlerinden biridir. Diğer açık kentsel mekânlarla eşdeğer olarak kamusal ve toplumsal niteliğiyle açık alanlar da insanların birbirleriyle zorunlu ya da isteğe bağlı olarak gerçekleşen sosyal aktivitelere katılım ortamını hazırlamaktadır (Gehl 2007; Gültekin, 2015: 2). Böylece bireyin kendisiyle çevresi ve bölgesi arasındaki ilişkiyi ve kendi yaşamında mekân ve yerin rolünü anlamasını ve anlamlandırmasını sağlayan, mekânsal bilinç ya da farkındalık, ortak bir kimlik, toplumsal ve kültürel bilincin oluşumunda bağlayıcı araç olarak gelişmektedir (Harvey 2014; Gültekin, 2015: 2).

Türkiye’de Millet ve Kent Bahçeleri yapımı son yıllarda artış göstermektedir. Kentleşmenin artması ve yeşil alanların yerlerini betonarme yapılara ve sanayi alanlarına bırakması, halkın kullanabileceği park, bahçe ve yeşil alanların oranının artırılması ihtiyacını doğurmuştur. Millet Bahçeleri, Cumhurbaşkanlığına özellikle Gençlik ve Spor Bakanlığı tarafından yapılan yeni şehir stadyumlarından sonra atıl duruma düşen eski stadyumların yerine yapılması kararlaştırılmıştır. 2018 Yılında hükümet programına dâhil edilmesiyle birlikte birçok şehirde millet bahçesi yapımına başlanmış ve bir kısmı tamamlanarak hizmete açılmıştır. Her ilde toplamda 93 tane olmak üzere 81 milyon metrekarelik alana sahip millet bahçesi yapımı planlanmaktadır.

Samsun’da yapımı tamamlanan Samsun Millet Bahçesi, Canik ilçesi sınırları içerisinde yer alan eski 19 Mayıs Stadyumunun bulunduğu mevkide bulunmaktadır. Bulduğu konum itibarıyla şehir için önemli bir konumda olan Samsun Millet Bahçesi hakkında, yapılan yatırımın sürdürülebilir olması amacıyla sahanın geniş bir perspektifte coğrafi değerlendirmesinin yapılmasına ihtiyaç duyulmuştur. Dolayısıyla bu çalışma, yapılan yatırımın bir nevi değerlendirmesi hüviyetinde olmuş, söz konusu sahanın doğru ve sağlıklı kullanımı adına eksik ve olumlu yanlarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

1. Malzeme ve Yöntem

Bu çalışma, Samsun şehrinde yapımı tamamlanmak üzere olan Samsun Millet Bahçesinin nitelik ve niceliğine dayanan nitel bir araştırmadır. Nitel araştırma yapılırken durum analizi yaklaşımı benimsenmiştir. Samsun Millet Bahçesinin mekân olarak irdelenmesi amacıyla sahip olduğu mekânsal özellikleri ve içeriği, sahada yapılan gözlem, görüşme, çeşitli görseller ve dokümanlar ile derinlemesine incelenmiştir. Öncelikle millet bahçelerinin ortaya çıkışı ve tarihsel seyri literatür taraması çalışmalarıyla ortaya konulmuştur. Ardından saha çalışmalarına geçilmiş, bahçe alanında hem açık havada hem de yağmurlu havada incelemelerde bulunarak eksiklikler tespit edilmeye çalışılmış ve saha fotoğraflama çalışmaları yapılmıştır. Sahada görevli olan uzman ve işçi personel ile görüşmeler gerçekleştirilerek bahçe ile ilgili elde edilen bilgi ve veriler tutanaklarla kayıt altına alınmıştır. Yine yapılan görüşmelerde elde edilen çeşitli dokümanlar ve raporlar vasıtasıyla bahçe içerisinde yapılmış olan ve yapılması planlanan yapı ve tesislere ait sayısal veriler elde edilmiştir. Son olarak elde edilen tüm veri ve dokümanlar analiz edilerek millet bahçesinin hizmete girmeden önceki görünümü ve kullanılabilirliği raporlaştırılarak bu çalışma ortaya çıkarılmıştır.

2. Çalışmanın Yeri ve Sınırları

Araştırma sahası Türkiye'nin kuzeyinde Orta Karadeniz Bölümü sınırları içerisinde yer alan ve Karadeniz Bölgesi'nin en büyük liman kenti olan Samsun ilinin Canik ilçesinde yapımına devam edilen Samsun Millet Bahçesi kuruluş alanıdır (Şekil: 1). Araştırma sahası özellikle merkez ilçeler olan İlkadım, Canik, Tekkeköy ve Atakum ilçeleri ile Samsun'un doğusunda yer alan Çarşamba, Salıpazarı, Ayvacık ve Terme ilçelerinden direk ulaşım imkânına sahip bir lokasyonda bulunmaktadır. Çalışma sahası olan Samsun Millet Bahçesi, 100.865 m²'lik bir alana konumlanmaktadır.



Şekil 1. Araştırma Sahasının Yeri

3.Bulgular

3.1.Samsun Millet Bahçesi

Samsun Millet Bahçesi, Samsun ili Canik ilçesi sınırları içerisinde yer almaktadır. Millet Bahçesi olarak yapılması planlanan alanın olduğu yerde eski 19 Mayıs Stadyumu bulunmaktadır (Şekil 2). 1975 yılında hizmete açılan eski 19 Mayıs Stadyumu 2017 yılına kadar Samsunspor Futbol Takımının müsabakalarına ev sahipliği yapmıştır. Gençlik ve Spor Bakanlığı tarafından Türkiye'nin birçok şehrinde yeni şehir stadyumları yapılması planlanmasıyla birlikte Samsun şehrine de 33 bin kapasiteli bir şehir stadyumu yapımı planlanmıştır. Yeni stadyumun Tekkeköy ilçesi sınırları içerisinde yapılması sonrasında atıl duruma düşen eski stadyum alanının da Millet Bahçesine dönüştürülmesine karar verilmiştir. T.C Çevre ve Şehircilik Bakanlığı Toplu Konut İdaresi Başkanlığınca 'Samsun İli Millet Bahçesi ve Millet Bahçesine Ait Sosyal Donatılar İnşaatları İle Altyapı ve Çevre Düzenleme İşi' olarak projelendirilen bu saha, ihale tarihi 13.02.2019 olmak itibarıyla 100.865 m²'lik alan üzere planlanmıştır (Şekil 3). Sözleşme tarihi 13.03.2019 olan Millet Bahçesinin iş süresi, 120 günlük süre ile belirlenmiştir. Bu çalışmanın yapıldığı süreçte yapımı tamamlanmış ve 6 Haziran 2020 tarihinde açılışı yapılarak halkın hizmetine sunulmuştur.



Şekil 2. 19 Mayıs Eski Stadyumu (Güneyden Görünümü)



Şekil 3. Samsun Millet Bahçesinin Güneybatıdan Görünümü (TC Samsun Valiliği Arşivi)

Samsun Millet Bahçesi bünyesinde birçok sosyal aktivite alanının yanı sıra insanların ihtiyaçlarını giderebileceği alanlar da bulunmaktadır (Tablo 1). İçerisinde barındırdığı çeşitli faaliyet alanları ile şehir halkının, özellikle de Canik ve İlkadım ilçelerinde ikamet edenlerin dinlenme, eğlenme, spor yapma ve çeşitli sosyal ortam aktivitelerini gerçekleştirebileceği bir alan olma imkânı sağlayacaktır. Konumu itibariyle Samsun ilinin dört merkez ilçesinden birisi olan Canik ilçesinde yer alan Samsun Millet Bahçesi, Belediye Evleri, Duruşehir, 56'lar Mahalleleri ile Eski Gülsan Sanayi arasında yer almaktadır. Aynı zamanda diğer merkez ilçe olan İlkadım ilçesinin de sınırında yer alması nedeniyle İlkadım halkının yoğun olarak rağbet edebileceği bir rekreasyon alanı olarak hizmet vereceği düşünülmektedir. Sadece Canik ve İlkadım ilçelerinin 440 bini bulan nüfusu bile bu iki ilçe arasında bulunan millet bahçesinin ziyaretçi potansiyelini ortaya koymaktadır. Hemen doğu kenarından Samsun-Ordu Çevre Yolu geçen Millet Bahçesinin Karadeniz'e olan mesafesi de son derece yakındır (1 km). Çevresinde yoğun nüfuslanmış alanların olması, buranın aktif kullanılmasına müsaade etme potansiyeline sahiptir.

Tablo 1. Samsun Millet Bahçesi Kullanım Alanı.

Faaliyet Türü	Adet	Faaliyet Alanı
Kıraathane/Kütüphane	1	191.30 m ²
Büfe	2	25.00 m ² x2
Wc	2	59.19 m ² x
Mescid-Wc	1	59.19 m ²
Kafeterya	1	114.96 m ²

Su Deposu	2	178.55 m ² x 2
Çardak	2	100.00 m ² x 2
Ana Giriş Kapısı	1	72.45 m ²
Giriş Kapısı	2	59.64 m ² x 3
Süs Havuzu	1	
Tenis Kortu	3	
Halı Saha	2	
Basketbol ve Voleybol Sahası	2	
Çocuk Oyun Alanları		2045 m ²
Otopark (176 Araçlık)	1	
Bisiklet Parkı	1	
Çim Aktivite Alanı	1	13.000 m ²
Permakültür Alanı	1	
Fitness Alanı	2	
İzci Evi	1	
Kaykay Pisti	1	
Köpek Parkı	1	
Pergola/Gölgelik	1	

Kaynak: Samsun Büyükşehir Belediyesi

Millet Bahçesi, içerisinde barındırdığı birçok sosyal, kültürel ve sportif alanlarıyla dikkati çekmektedir. İçerisinde kiraathane/kütüphane, kafeterya, büfe, mescit, WC, çardak, süs havuzu, futbol, basketbol ve voleybol sahaları, tenis kortu, kaykay pisti, çocuk oyun alanları, çim aktivite alanları, bisiklet yolu, mesafe belirtmeli yürüyüş yolu, permakültür alanı, pergola/gölgelik, izci evi ile araç ve bisiklet parkları bulunmaktadır. Ayrıca çocuk oyun alanı içerisinde ise ahşap malzemeden yapılmış gemi oyun parkuru, yine ahşaptan yapılmış olan kayacak, salıncak ve çeşitli oyun gruplarını barındırmaktadır (Şekil 4).

Samsun Millet Bahçesinin sürdürülebilir kullanımının sağlanması için iç ve dış çevresel faktörlerin oluşturduğu mevcut durum değerlendirmesi yapılarak bahçenin çeşitli avantajları olduğu gibi bazı dezavantajlarının da olduğu görülmektedir.

Öncelikle millet bahçesinin kuruluş yeri itibarıyla betonlaşmanın fazla olduğu bir lokasyonda bulunması açısından uygun bir yer tercihi yapıldığı düşünülmektedir. Öyle ki, şehir merkezine yakın olması ve rahatça ulaşılabilir bir mevkide yer alması bu bulguyu teyit etmektedir. Bu özelliği ile bölgede rekreasyon alanı ihtiyacını karşılamaya yönelik bir ortak kullanım alanı olduğu düşünülmektedir. Kentin her ilçesi ve bölgesinden farklı alternatifler ile ulaşım imkânlarına sahip oluşu, kullanılabilirliği açısından önemli bir özellik olarak görülmektedir. Bahçenin üç giriş kapısının bulunması ve bu giriş kapılarının geniş boyutta olması giriş ve çıkışları kolay hale getirmektedir. Giriş kapılarının kuzey, güney ve batı yönlerinde bulunması ve ana caddeler üzerinde yer alması, ulaşım imkânlarını daha kolay ve etkin hale getirmektedir. Aynı zamanda bahçenin Canik ilçesinde yoğun yerleşim alanlarının hemen hemen ortasına inşa edilmiş olması, bu ilçede yeşil alan kazanımına destek olmaktadır. Her yaşta insanın dinlenme, spor yapma, kitap okuma, ders çalışma, oyun oynama gibi birçok aktivitesine karşılık bulduğu için geniş yelpazeli bir kullanım alanına sahip gözükmemektedir. Zira alan büyüklüğü olarak da sahanın 100.865 m²'lik bir alan üzerine inşa edilmiş olması, oldukça geniş bir kullanım alanına sahip olduğunu göstermektedir. Bu özelliği ile olası bir doğal afet durumunda toplanma merkezi olma özelliği de sergilemektedir. Ayrıca sosyal, kültürel, ekonomik ve siyasi anlamda yapılacak çeşitli faaliyetlerde sahip olduğu genişlik ile müsait bir alan olması da sahanın taşıdığı olumlu yanlarından birisi olarak görülmektedir. Tamamlandığında bahçenin içerisinde 13 bin m²'lik yeşil alan ve kırk farklı türde üç bin ağaç ile yetmiş beş farklı türde kırk bin çalı-yer örtücü bitki yer alması planlanmaktadır. Türk kültüründe kutsal ve karakteristik bir yere sahip olan (Polat, 2012: 50) ağacın bahçe içerisinde yoğun bir şekilde kullanılması dikkati çekmektedir. Bu anlamda bulunduğu bölge için yeşil alan eksikliğinin kapatılması açısından önemli bir mekân olması beklenmektedir. Bahçede dikkat çeken alanlardan birisi de permakültür alanı olmasıdır. Bahçe içerisinde yapılan alanlardan biri de permakültür alanıdır. Permakültür, sürdürülebilir insan yerleşimleri yaratma amaçlı bir tasarım sistemidir (Uğuz, 2014: 226). Mümkün olan en küçük alanı kullanarak şehir ve köyler için yaşamı destekleyen bir sistem oluşturmak amacıyla, arazinin ve yapıların karakteristiğini bitki ve hayvanların doğal özellikleriyle bir araya getirir. Permakültür, insanların ihtiyaçlarını karşılarken, temel haklara erişmek için muhtaç oldukları doğaya zarar vermek yerine onu besleyip onarmalarını mümkün kılacak olgun ve ahlaki bir davranış mekanizmasıdır (Bakır vd., 2010: 4). Doğa ile iç içe olmanın yanı sıra turizm açısından da önemli bir yeri olan permakültür alanına sahip olması, millet bahçesinin olumlu bir yanı olarak düşünülmektedir.

Samsun Millet Bahçesinde yapılan inceleme ve saha analizi sonucunda bir takım olumsuz yönleri ile eksiklikler içerdiği; fakat bunların yapılacak çalışmalarla giderilebilecek eksiklikler olduğu tespit edilmiştir. Öncelikle her ne kadar lokasyon itibarıyla uygun bir yerde olduğu görülse de Millet Bahçesi'nin kuruluş yeri bir takım sorunları da beraberinde getirmektedir. Şehir merkezindeki sanayi bölgesinin hemen kenarında bulunması, bahçenin sanayiden kaynaklanabilecek bir takım olumsuzluklara maruz kalacağını göstermektedir. Sanayi bölgesinin ortaya çıkarmış olduğu hava, görüntü ve gürültü kirliliklerinin yanı sıra koku, ihale bedeli ve sanayi yanı olmasından kaynaklanan olumsuz algı gibi çeşitli olumsuzlukları da beraberinde getirmesi muhtemel görünmektedir. Bahçenin sanayi bölgesinin kenarında olmasının yanı sıra bölgede tipik olarak görülen sel ve su baskınlarına hedef konumda olması da önemli bir risk olarak karşımıza çıkmaktadır. Samsun İli'nde Canik Dağları'nın Kuzey etekleri, yağışın en yüksek olduğu kesimleri oluşturmaktadır. Bununla birlikte

Kuzey ve Kuzeybatıdan Türkiye'yi etkisi altına alan hava kütlelerinin varlığına bağlı olarak tüm Karadeniz kıyı kuşağında orografik yağışların oluşmasına neden olmaktadır (Bahadır, 2013: 45). Bu durum sık sık meydana gelen sağanak yağmurlarda özellikle sanayi bölgesinde su baskınlarının yaşanmasına sebep olmakta ve millet bahçesi için de ciddi bir risk oluşumunu ortaya çıkarmaktadır (Şekil 5, Şekil 6). Öyle ki saha çalışmaları esnasında normal bir yağış sonrasında dahi bahçe içerisinde, ağaç diplerinde ve oyun alanındaki aletlerin diplerinde su birikintilerine rastlanmıştır. Bu riskin Karadeniz ikliminin hâkim olduğu Samsun'da sürekli olacak olması ve özellikle sağanak yağmurlar sonrasında Canik ilçesinde yüzey sularının akışa geçerek millet bahçesinin bulunduğu lokasyonda birikmesi, bahçenin sürdürülebilirliğini tehlikeye atmasına ve maddi/manevi kayıpların ortaya çıkmasına sebep olacaktır. Bu nedenle sadece millet bahçesinin sürdürülebilirliği açısından değil, aynı zamanda bölgedeki su baskınlarına karşı tedbir alınması gerekmektedir. Gerekli altyapı çalışmalarının yapılarak, yüzey suyu akışının kontrolü sağlanmalıdır. Bunun için akarsu vadi ve yüzey suyu akış yollarının betonlaşmasının önüne geçilmeli, doğal denge korunmalıdır. Bahçenin doğu tarafına yapılan ihata duvarının bahçe sınırlarını belirlemek amacıyla yapıldığı, olası bir sel ve su baskınına karşı yetersiz kalacağı düşünülmektedir (Şekil 7). Kuruluş yerinin kuzey ve güney yönlerinde herhangi bir doğal ve beşeri engel bulunmaması, millet bahçesinin kuvvetli rüzgârlardan olumsuz etkileneceğini göstermektedir. Mevsimlere göre Samsun'da sonbahar ve kış mevsimlerinde hâkim rüzgâr yönü Güney-Güneybatı olup, ilkbahar ve yazın ise rüzgârın yönü kuzeye dönerek Kuzey, Kuzeybatı hâkim duruma geçmektedir (Bahadır, 2013: 39). Bahçenin kuzey tarafında tek katlı sanayi sitesinin bulunması, rüzgâr nedeniyle riski daha da artırmaktadır. Sanayi bölgesinden şiddetli rüzgâr ve fırtınanın çeşitli malzemeleri taşıyarak korunaksız olan bahçe içerisine savurmasının ciddi kazalara sebep olacağı düşünülmektedir. Bu nedenle bahçenin etrafının şiddetli rüzgâr ve fırtınaya karşı korunaklı hale getirilmesi gerekmektedir.



Şekil 5. Millet Bahçesi'nin Doğu Tarafındaki Çevre Yolu (<https://www.ensonhaber.com/ic-haber/samsunda-sanayiye-su-basti>)



Şekil 6. Millet Bahçesi ile Aynı Seviyede ve Hemen Kuzey Tarafındaki Bulunan Sanayi Bölgesi
(<https://www.ensonhaber.com/ic-haber/samsunda-sanayiye-su-basti>)



Şekil 7. Kot Farkına Karşı Yapılan İhata Duvarı

Millet Bahçesinde kullanılan malzemelerin yapısı, kalite düzeyi ve işçiliği de bir takım riskler oluşturmakta, eksiklikler içermektedir. Bahçe içerisinde hem tek katlı yapıların hem de oyun parkının yapımında ahşap malzeme kullanılmıştır. Ahşap malzeme kullanımı özellikle sağlık ve görünüm açısından olumlu bir tercih olarak görülmektedir. Ancak özellikle oyun parkı için kullanılan ahşap malzeme profillerinde demir malzemeye yer verilmesi ve bu demir malzemenin keskin bir şekilde durarak açıkta bulunması tehlike yaratmaktadır (Şekil 8). Oyun parkındaki nispeten çocuk boyunda bulunan bu keskin demir profiller kaza ve yaralanmalara sebebiyet verebilmektedir. Bu kısımlarında ahşap malzeme ile kapatılması yaralanmaları önleyecektir. Bahçe içerisinde yapılan yürüyüş ve bisiklet yollarında oluşan çatlaklar malzeme kalitesi ve işçiliği konusunda dikkat çekmektedir. Yine bu yolların seviye farklarının olması ve eğimlerdeki düzensizlikler su birikintilerinin oluşmasına sebep olmaktadır (Şekil 9, Şekil 10). Süs havuzlarının korkuluklarının olmaması, havuz üzerindeki ahşap köprülerin oldukça kaygan bir zemine sahip olması, çim aktivite alanı içerisinde bulunan korunaksız elektrik trafolarının varlığı, üzeri açık su depolarının çevresel atıklara maruz kalma riski, bahçenin köşelerinde bulunan ve yana doğru yatık vaziyette olan aktif elektrik direklerinin tehlike oluşturması ortaya çıkarılan diğer eksiklikler ve tehlikeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer taraftan yeni dikimi yapılan fidanların korumalarının olmaması ve bakımsız oldukları gözlenmiştir. Dikilen ağaçların da henüz gölge oluşturabilecek büyüklükte olmamalarından dolayı yaz aylarında ziyaretçilerin yoğun güneş ışınlarına maruz kalacağı düşünülmektedir. Yeteri kadar büyüklükte kapalı alan olmadığı gibi özellikle çim aktivite alanları içerisinde bulunan masa ve oturakların üzerlerinin kapalı olmaması dikkati çekmektedir. Bu durum sağanak yağışlarda ziyaretçilerin ani yağmura maruz kalabileceklerini göstermektedir.



Şekil 8. Tehlike Arz Eden Keskin Demir Profiller



Şekil 9. Bisiklet Yolunda Oluşan Çatlaklar



Şekil 10. Bahçe içerisinde su birikintileri

Millet Bahçesi, İlkadım ve Canik ilçelerinin tam sınırında bulunmaktadır. Bu nedenle özellikle İlkadım ve Canik halkına hitap etmektedir. Buralarda ikamet eden vatandaşların da kültürel özellikleri ve yaşam tarzları oldukça farklılık arz etmektedir. Nispeten yüksek geliri ve eğitim düzeyi yüksek olan vatandaşların bahçenin batı kesiminde ikamet ettiği, buna karşın daha dar geliri ve eğitim seviyesi düşük vatandaşların ise güney ve doğu kesiminde ikamet ettikleri görülmektedir. Bu durumun bahçenin kullanımı sırasında farklı kültürden vatandaşların bir arada olmasından dolayı kültür çatışmalarına sebebiyet verebileceği düşünülmektedir. Dolayısıyla güvenlik tedbirlerinin de üst düzeyde tutulması gerekmektedir.

SONUÇ

Bahçe, batı kültüründe seyredilen, doğu kültüründe ise içinde yaşanan mekân olarak gelişmiştir. Hangi uygarlık olursa olsun her birinin kendine has bir bahçe stratejisi vardır ve buldukları coğrafyada topografik, ekolojik, sosyal ve kültürel özellikler doğrultusunda değişime uğramıştır. Millet Bahçeleri, Cumhurbaşkanlığına özellikle Gençlik ve Spor Bakanlığı tarafından yapılan yeni şehir stadyumlarından sonra atıl duruma düşen eski stadyumların yerine yapılması kararlaştırılmıştır. 2018 Yılında hükümet programına dâhil edilmesiyle birlikte birçok şehirde millet bahçesi yapımına başlanmış ve bir kısmı tamamlanarak hizmete açılmıştır. Her ilde toplamda 93 tane olmak üzere 81 milyon metrekarelik alana sahip millet bahçesi yapımı planlanmaktadır. Samsun'da yapımı tamamlanmak üzere olan Millet Bahçesi, Canik ilçesi sınırları içerisinde yer alan eski 19 Mayıs Stadyumunun bulunduğu mevkide bulunmaktadır. Samsun Millet Bahçesi kullanıma açıldığında, içerisinde barındırdığı çeşitli faaliyet alanları ile şehir halkının, özellikle de Canik ve İlkadım ilçelerinde ikamet edenlerin dinlenme, eğlenme, spor yapma ve çeşitli sosyal ortam aktivitelerini gerçekleştirebileceği bir alan olma imkânı sağlayacaktır. Samsun Millet Bahçesi içerisinde kırathane (191,30 m²), büfe (25.00 m²x2), WC (59.19 m²x2), Mescid-Wc (59.19 m²), kafeterya (114,96 m²), su deposu (178,55 m²x2), çardak (100,00 m²x2), ana giriş kapısı (72.45 m²), giriş kapısı (59.64 m²x2), süs havuzu, tenis kortu, basketbol ve voleybol sahaları, çocuk oyun alanları (2045 m²), otopark, bisiklet parkı, çim aktivite alanı (13.000 m²), permakültür alanı, pergola, kaykay pisti, köpek parkı gibi alanlar bulunmaktadır. Bahçenin yer seçimi nüfus yoğunluğunun ve betonlaşmanın fazla olduğu bir mevkide olmasından dolayı uygun bir görünüm sergilemektedir. Ayrıca şehrin her yerinden kolaylıkla ulaşılabilecek bir mevkide yer alması, bahçenin olumlu yanlarından biri olarak göze çarpmaktadır. Yine geniş bir alana sahip olması, çeşitli sosyal, kültürel ve sanatsal etkinliklerin mekânı olma özelliği göstermektedir. Muhtemel bir doğal felakette toplanma merkezi olabilecek bir mevki ve genişlikte olması da olumlu yanlarından biri olarak görülmektedir. Doğa ile iç içe olmanın yanı sıra iç turizm açısından önemli bir sektör olan permakültür alanının olması bahçeye artı bir değer katmaktadır. Permakültür kültürü ve tanıtımının vatandaşa doğru bir şekilde yapılıp teşvik edildiğinde şehir açısından önemli bir kazanç olacaktır. Ancak çevresel faktörler düşünüldüğünde sel ve su baskını riski, görüntü ve gürültü kirliliği, trafikten dolayı kaza riski gibi olumsuzluklar taşınması ile çeşitli eksikliklerinden dolayı da içsel olumsuzluklara sahip olduğu görülmektedir. Bu risk, sorun ve eksiklikler önlem alınması ve eksikliklerin giderilmesi ile ortadan kalkabilecek aksaklıklar olarak düşünülmektedir.

Millet bahçesinin karşılaşılabileceği en büyük tehdit, sel ve su baskını olarak görülmektedir. Bölgede önceki yıllarda meydana gelen su baskınları, bu riski ön plana çıkarmaktadır. Bundan dolayı hem millet bahçesinin hem de bölgenin olası sel ve su baskınlarına karşı önlem alınması gerekmektedir. Bahçenin doğu tarafındaki yüksek eğime sahip Belediye Evleri ve Hasköy mevkilerinden sanayi ve millet bahçesine doğru yağmur suyu yüzey akışlarının önlenmesi için yüzey sularının kanal vasıtasıyla kontrol altına alınması gerekmektedir. Yine bahçe içerisinde yapılan saha çalışmaları sırasında yağmur

sularının bahçe içerisinde su birikintilerine sebep olduğu ve oyun parkı içerisinde oyuncakların su içinde kalmasına sebep olduğu tespit edilmiştir. Bu durum yağmur sonrasında sadece sel ve su baskını riskini değil, bahçenin su tutma kabiliyetinin yüksek olmadığını göstermektedir. Bunun için de bahçedeki altyapı ve su tahliye sisteminin gözden geçirilmesi, mazgal sıklıklarının gözden geçirilmesi ve daha işlevsel hale getirilmesini gerektirmektedir. Yine özellikle bahçenin doğu sınırlarını belirten ihata duvarlarının boyunun yükseltilmesi de çevre yolundan gelebilecek hem su baskını hem de trafik ile ilgili riskleri ortadan kaldıracaktır. Millet bahçesinin maruz kalacağı diğer sorun, hemen kuzeyinde bulunan sanayi bölgesinden kaynaklanan görüntü ve gürültü kirliliğidir. Kamuoyunda da oldukça fazla gündeme gelen bu soruna karşı bahçenin sanayi sınırlarına bir takım koruyucu engelleri gerektirmektedir. Şuan alçak bir ihata duvarı ve tel örgülerle bir sınır ayrımı söz konusudur. Özellikle görüntü açısından buradaki duvar boyunun daha yükseğe çekilmesi önerilmektedir. Yine bu sınıra hem görüntü ve gürültü kirliliğinin hem de sanayinin sebep olduğu kokunun engellenmesi amacıyla sese ve kokuya karşı engelleyici özelliği olan ağaçlar dikilmesi gerekmektedir. Bahçenin hâkim rüzgâr yönü itibarıyla kuzey ve güney sınırlarına yüksek boylu ağaç dikilmesi, olası fırtınaların bahçeye olan etkisini de azaltacaktır. Bahçe içerisinde dikilen ağaçlar da küçük boylu fidan özelliği taşımaktadır. Yine ağaçların bahçe içerisinde de yeni dikilen fidanlar olmasından dolayı gölgelik oluşturabilecek özelliği bulunmamaktadır. Yaz aylarında gölgelik alan ihtiyacı düşünüldüğünde, bahçe içerisinde yer yer büyük boyutlu ağaç dikimi yapılması tavsiye edilmektedir. Zira bahçedeki ahşap oturakların gölgeliklerinin olmaması da bu ihtiyacı ortaya çıkarmaktadır. Bahçe kuzey ve güney yönlü hâkim rüzgârlara açık konumda bulunmaktadır. Olası fırtınalara karşı hâkim rüzgâr yönleri dikkate alınarak bahçenin etrafı korunaklı hale getirilmelidir. Bahçe içerisinde devrilebilecek ve sökülebilecek türde olan levha gibi araç gereçler sağlam bir şekilde sabitlenmelidir. Millet bahçesinin bir ada konumunda olması ve bir tarafında çevre yolu, iki tarafından bulvar ve bir tarafında yine işlek bir yol olmasından dolayı, trafik kazası riski ortaya çıkmaktadır. Bahçenin giriş kapılarının olduğu yollarda trafik kazaları riskine karşı önlemler alınmalıdır. Giriş kapılarının bulunduğu yerlere yaya geçitleri, uyarı levhaları ve trafik lambaları konulmalıdır.

Yapılan saha çalışması sonucunda bahçe içerisinde birimlerde, alanlarda malzeme kullanımı ve işçiliğinde de birtakım eksikliklere rastlanmaktadır. Bahçe içerisinde tehlike arz eden korkuluksuz süs havuzları, kaygan tabanlı köprüler, çatlama yapan bisiklet ve yürüyüş yolları, korunaksız olan demir malzemeli elektrik trafoları, kurumaya yüz tutmuş yeni dikilen fidanlar, oyuncakların diplerinin ve içerisinde su dolma riski gibi bir takım sorunlar tespit edilmiştir. Eksikliklerin bahçenin tam anlamıyla hizmete açılmadan giderilmesi ve gerekli önlemlerin alınması gerekmektedir. Süs havuzlarının kenarlarında korkuluk olmaması özellikle küçük çocuklar için tehlike oluşturmaktadır. Kullanıma açılmadan önce bu tehlikenin ortadan kaldırılması için bahçe konseptine uygun bir şekilde korkulukların takılması gerekmektedir. Süs havuzlarının üzerlerinde bulunan ahşap köprüler de oldukça kaygan bir zemine sahiptir. Saha çalışması sırasında bu kayganlık tespit edilmiştir. Kaygan zeminlerin kayganlığını önlemek amacıyla aparatlar takılmalı ve bu tehlike ortadan kaldırılmalıdır. Bisiklet ve yürüyüş yollarında yer yer çatlamalara rastlanmaktadır. Hem malzeme hem de işçilik olarak ortaya çıkan bu tür eksikliklerin giderilmesi de kullanıma açılmadan önce tamamlanması gerekmektedir. Kullanmaya başladıktan sonra daha fazla zarar göreceği muhtemel görünmektedir. Bahçe içerisinde bulunan korunaksız elektrik trafoları da tehlike oluşturmaktadır. Bu trafoların da ahşap malzeme ile kaplanması, hem tehlikeyi ortadan kaldıracak hem de estetik açıdan diğer yapılarla uyum sağlayacaktır. Yeni dikilen fidanların korunaksız olması bazılarının kurummasına bazılarının ise kırılmasına sebep olmaktadır. Bitki koruma ve bakımlarının zamanında yapılması gerekmektedir.

Oyun alanlarındaki ağaç ve oyuncak diplerinde su birikintilerinin oluştuğu tespit edilmiştir. Su birikinti oluşmasını önleyecek önlemlerin alınması gerekmektedir. Oyun parklarında bulunan bazı ahşap oyuncaklarının demir profillerinin ortada olduğu görülmektedir. Özellikle bazı demir profillerinin keskin kısımlarını çocuk boyunda olması ve çarpmalara uygun bir seviye ve durumda oldukları tespit edilmiştir. Bu keskin demir profillerin de ahşap malzeme ile kaplanması ve kaza riskinin ortadan kaldırılması gerekmektedir. Bahçe içerisinde permakültür alanı, izci evi, köpek parkı gibi alanlar da bulunmaktadır. Permakültürün içeriği ve özellikleri hakkında bilimsel olarak uzman kişilerin görüşleri alınarak tam manasıyla bu uygulamanın hayata geçirilmesi permakültür anlayışının şehir halkı tarafından benimsenmesine ve tatbik edilmesine katkı sağlayacaktır. Bahçede bulunan izci evinin kenarına küçük bir kamp yeri yapılması, izcilik eğitim faaliyetlerinin burada düzenlenebilmesi için uygun alan oluşturacaktır. Bu hizmet, çevre okulların izcilik faaliyetlerini burada uygulamaları açısından da önemli bir mekân imkânı tanıyacaktır. Yine bahçede bulunan köpek parkı evcil köpeklerin gezinti yeri açısından önemli bir imkân olarak görülmektedir. Ancak çevrede başıboş gezen sokak köpeklerinin parkı keşfetmesi ile burayı mekân tutma ihtimallerine karşı gerekli tedbirler alınmalı, gerekirse sokak köpeklerinin de bakımı ve ıslahı için gerekli hizmetlerin bu alanda oluşturulacak kapalı bir köpek evi planlamasına gidilmelidir.

Millet bahçesinin ziyaretçi potansiyeli düşünüldüğünde, otopark, oyun alanları, üzeri kapalı oturma alanları gibi alanların yetersiz olduğu görülmektedir. Bu alanların artırılmasının olası yoğunluk ve sıkışıklıkların önüne geçeceği düşünülmektedir. Bahçenin bulunduğu mevki İlkadım ve Canik ilçelerinin tam ortasında bulunmaktadır. Farklı kültürel özelliklere sahip vatandaşların buluşma noktasının olması, bahçede kültürel çatışmaları da beraberinde getireceği düşünülmektedir. Bu nedenle güvenlik önlemlerinin sıkı bir şekilde alınması gerekmektedir. Son olarak, millet bahçesinin tanıtımı konusunda yerel yönetimler ve ilgili kurumlar kanalıyla gerekli hazırlık ve reklam çalışmaları yapılmalı, halkın bilgilendirilmesi sağlanmalıdır. Samsun şehrinin yerleşme tarihi dikkate alınarak farklı medeniyetlerin mimarisini temsil eden çeşitli tarihi yapıların minyatürlerinin millet bahçesinin belirlenecek bir alanına inşa edilmesi, turizm potansiyelinin artırılması açısından dikkate alınmalıdır. Yine Türk dünyasının somut olmayan kültürel mirası içerisinde yer alan ve dünyada RobinHood, Pamuk prenses, Noel Baba, Rapunzel gibi farklı karşılıklarının turizm ve ekonomik olarak karşılığı bulunan Koroğlu, Hızır, Mercan Kız, Nardane Hanım gibi şahsiyetlere ait heykel ve hikâyelerinin yer aldığı anıtlara bahçe içerisinde bir alan ayrılması, kültürel mirasın aktarılması konusunda önemli bir çalışma olacaktır. Millet bahçesinin şehirde önemli bir yeri ve algısı olan Samsunspor Futbol Kulübü'nün eski stadı yerine yapılmış olması, bahçenin şehir halkı önemli bir mekân üzerinde olduğunu göstermektedir. Buna istinaden bahçe içerisine Samsunspor stadı ile Samsunspor futbol takımının 1989 yılında yaptığı ölümlü trafik kazasının anısına bir anıt yapılması, halkın bahçeye bakış açısına farklı bir boyut kazandıracaktır. Ayrıca Samsun şehrinin sahip olduğu doğal ve beşeri çekiciliklerin tanıtımının yapıldığı bir turizm enformasyon bürosunun da bahçe içerisine yerleştirilmesi, şehrin tanıtılmasına ve iç turizme önemli bir katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Avcı, Y. (2016). Osmanlı Hükümet Konakları: Tanzimat Döneminde Kent Mekânında

Devletin Erki ve Temsili. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Bahadır, M. (2013). Samsun İli İklim Özelliklerinin Enterpolasyon Teknikleri ile Analizi. Anadolu Doğa Bilimleri Dergisi, 4 (1), 28-46.

Bakır F. M., Akhuy S., Aydemir G. (2010). Permakültür El Kitabı ve Marmariç Örneği, Marmariç

Ekolojik Yaşam Derneği: Mengi Basım Yayın.

- Çınar, S. & Kırca, S. (2010). Türk Kültüründe Bahçeyi Algılamak. *Journal of the Faculty of Forestry, Istanbul University*, 60 (2), 59-68.
- Çınar, H. S. & Yirmibeşoğlu, F. (2019). Türk Kültüründe Bahçe ve En Görkemli Halka; Osmanlı Saray Bahçeleri. Eti Akyüz Levi, Yasin Dönmez, Bilge Şimşek İlhan (Ed.). *Mimarlık, Planlama ve Tasarım Alanında Araştırma Makaleleri* (ss. 113-128). İstanbul: Gece Akademi Yayınları.
- Erdönmez, M. E. & Akı, A. (2005). Açık kamusal kent mekânlarının toplum ilişkilerindeki etkileri (The effects of urban openspaces on publicrelations). *Megaron e-J YıldızTechUni-Fac Architecture*, (1), 67-87.
- Eskisarılı, Ş. (2019). Geçmişten Günümüze Türk Bahçe Kültürü ve Tasarım Özellikleri. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sütçü İmam Üniversitesi, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Kahramanmaraş.
- Gehl, J. (2007). Public Space for a Changing Public Life. (ed. C.W. Thompson, PP. Travlou), *Open Space People Space*. (firstpublished) London, New York: Taylor & Francis Group, 3-11.
- Gültekin, N. T. (2015). *Batılılaşmanın Uzantısında Kent Bahçeleri; Giresun Memleket-Millet Bahçesi*. 1. Ulusal Ankara Üniversitesi Peyzaj Mimarlığı Kongresi, 15-17 Ekim 2015.
- Gürkaş, T. (2003). *Erken Cumhuriyet Türkiye'sinde Kamusal Yeşil Alanın Doğuşu*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi/Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Harvey, D. (2014) *Postmodernliğin Durumu, Kültürel Değişimin Kökenleri (The Condition of Postmodernity)*, (S. Savran, Çev.). (7. Basım) İstanbul: Metis Yayınları.
- Memlük, Y. (2013), Anadolu'da Türk Bahçesi ve Bahçe Kültürü, *Plant Dergisi*, 51, Erişim tarihi: 23.01.2019 tarihinde <http://www.plantdergisi.com/prof-dr-yalcin-memluk/anadolu-da-turk-bahcesi-ve-bahce-kulturu.html> adresinden erişildi.
- Polat, A. T. (2012). Türk Bahçesi. *Plant Peyzaj ve Süs Bitkiciliği Dergisi*, (<https://www.plantdergisi.com/doc-dr-ahmet-tugrul-polat/terapik-peyzajlar.html>)
- Polat, E. & Bilsel, S.G. (2006). Mimarinin ve kentin birlikte planlanmasında farklılaşan kavramlar üzerine. *Planlama*, (2), 57-67.
- Şenyurt, O. (2018). Arşiv Belgeleri Işığında Osmanlı'nın Son dönemlerinde "Gezinti"nin Mekânları ve Millet Bahçeleri. *Mimarlık ve Yaşam Dergisi*, 3 (2), 143-167.
- Uğuz, Sabriye Ç. (2014). *Sürdürülebilir Turizm Çerçevesinde Gönüllü Turizm ve Permakültür İlişkisi: Permakültür Çiftlik ve Köy Uygulamaları*. VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, 04-05 Nisan 2014.
- <https://www.ensonhaber.com/ic-haber/samsunda-sanayiye-su-basti>
- <http://www.samsun.gov.tr/sehrimiz>
- <https://www.samsun.bel.tr/projelerimiz/millet-bahcesi-projesiic-tourism>.

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN “ÇEVRE” KAVRAMINA İLİŞKİN METAFORİK ALGILARININ KARŞILAŞTIRILMASI

Şeyma ÖZCAN

Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi

seymaozcan68@gmail.com

Orcid No: 0000-0002-0712-6605

Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin MERTOL

Gaziosmanpaşa Üniversitesi

huseyin.mertol@gop.edu.tr

Orcid No: 0000-0001-8048-0814

Prof. Dr. Osman YILMAZ

Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi

oyilmaz@mehmetakif.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-5279-3191

Öz

Bu çalışmanın amacı; 2018-2019 eğitim-öğretim yılında, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sınıf Öğretmenliği Anabilim dalında öğrenim gören ikinci sınıf öğrencilerinin çevre kavramına yönelik algılarını metafor yoluyla belirlemek ve karşılaştırmaktır. Öğrencilere dersi almadan önce (ilk uygulama, n=72) ve dersi aldıktan sonra (son uygulama, n=73) olmak üzere toplamda iki uygulama yapılmıştır. Araştırmanın verileri, nitel araştırma yöntemi ile elde edilmiştir. Çalışmada olgubilim deseni kullanılmıştır. Verilerin analizinde içerik analizi kullanılmıştır. Araştırmanın verileri, üniversite öğrencilerinin “Çevre... gibidir; çünkü...” cümlesini tamamlamasıyla elde edilmiştir. 2018-2019 eğitim-öğretim güz yılının başında öğrencilere ilk uygulama yaptırılmıştır ve daha sonra dönemin sonunda aynı öğrencilere son uygulama yaptırılıp sonuçlar karşılaştırılmıştır. Elde edilen bulgulara göre ilk uygulama da 38, son uygulama da 43 geçerli metafor üretilmiştir. Üniversite öğrencilerinin oluşturdukları metaforlar incelendiğinde, ilk uygulama da en çok başvurulan algısal ifadeler; *insan (f12)*, *ev (f9)*, *çocuk (f5)*, *kalp (f5)* ve *hayat (f4)* metaforlarıdır. Son uygulama da ise en çok başvurulan algısal ifadeler; *insan (f5)*, *ev (f4)*, *çocuk (f5)*, *su (f5)* ve *hayat (f4)* metaforları olduğu görülmüştür. Bu metaforlar, ortak özellikleri bakımından irdelenerek 5 farklı kavramsal kategori altında toplanmıştır. Bu kategoriler ise “Yaşam Kaynağı Olarak Çevre, Yaşam Alanı Olarak Çevre, Soyut Kavram Olarak Çevre, Değer Olarak Çevre, Somut Kavram Olarak Çevre” ana kategorilerimizdir. Araştırma sonucunda, öğrenciler her iki uygulamada da “çevre” kavramına en fazla “Değer Olarak Çevre” kategorisinde yer vermiştir. Bu durum

öğretmen adaylarının metaforlarda kullandıkları objelerin aldıkları dersten etkilendikleri kadar, yaşadıkları çevreden de önemli izler taşıdığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: *Çevre Eğitimi, Metafor, Öğretmen Adayı.*

COMPARISON OF METAPHORIC PERCEPTIONS OF UNIVERSITY STUDENTS ON "ENVIRONMENTAL" CONCEPT

Abstract

The aim of this study is to determine and compare the perceptions of second grade students studying at Mehmet Akif Ersoy University Classroom Teaching Department through metaphor in 2018-2019 academic year. Before the course (first application, n = 72) and after the course (last application, n = 73), a total of two applications were given to the students. The data of the study was obtained by qualitative research method. Phenomenology pattern was used in the study. Content analysis was used for data analysis. The data of the study was obtained by completing the sentence; "Environment is similar to.... Because..." by university students. At the beginning of the 2018-2019 academic year, the first application was made to the students and then at the end of the semester the same students had the last application and the results were compared. According to the findings, 38 valid metaphors were produced in the first application and 43 valid metaphors in the last application. When the metaphors formed by university students are examined, the first application is the most commonly used perceptual expressions; *human (f12)*, *home (f9)*, *children (f5)*, *heart (f5)* and *life (f4)* metaphors. In the last application, the most commonly used perceptions are; *human (f5)*, *home (f4)*, *children (f5)*, *water (f5)* and *life (f4)* metaphors. These metaphors were examined in terms of their common characteristics and collected under 5 different conceptual categories. These categories such as; " *Environment as a Source of Life, Environment as a Living Space, Environment as an Abstract Concept, Environment as a Value, Environment as a Concrete Concept* " are our main categories. As a result of the research, students gave the most importance to the concept of "environment" in both applications in the " *Environment as Value* " category. This situation shows that pre-service teachers carry important traces from the environment they live in as well as the objects they use in metaphors.

Key Words: *Environmental Education, Metaphor, Preservice Teacher.*

GİRİŞ

Milenyum çağının başlaması ile birlikte kavram ve olguların kişiler üzerindeki etkisini araştırmak amacıyla çeşitli yöntemlerle metaforlara başvurulmuştur. Bununla birlikte metaforik araştırmaları geliştirmek için eğitim alanında da çalışmalar yapılmıştır. "Eğitim", "ders", "matematik", "biyoloji", "coğrafya", "doğa algıları", "öğretmen", "küresel ısınma", "okul", "çocuk", "dil", "edebiyat", "sınıf", "kitap" ve "çevre kirliliği" başlıkları altında kavramların metaforik algıları belirlenmeye çalışılmıştır (Sezgin, 2016).

Günümüzde karşılaştığımız tehlikelerin ve sorunların yerel olmaktan ziyade küresel boyutta ele alınması küreselleşmenin olumlu sonuçlarından biridir. Karşılaşılan sorunlar karşısında çözüme katkıda bulunulması için duyarlı ve sorumluluk sahibi olan bireylere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu nedenle karşılaşılan sorunlar ile ilgili bireylerin bilgi düzeyinin belirli bir seviyede olması gerekmektedir. Çevre eğitimi, son yıllarda oluşan problemlerin ortadan kaldırılmasında etkin rol alacak duyarlı bireylerin oluşmasına katkı sağlaması amacıyla önemlidir. Bu bağlamda insan ve çevre arasındaki etkileşim çevre biliminin temel konularından birisidir (Erten, 2004; Karataş ve Aslan, 2012).

1. Literatür Araştırması

Metafor, hayali kavramların somutlaştırılarak öğretilmesinde etkin rol oynarken aynı zamanda kavramlar arasındaki benzerliklerden faydalanılarak zihnimizde önceden varolan şemaların yeni anlamlarla zenginleştirilmesiyle ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Literatürde yer alan bazı metafor tanımları şunlardır: Metafor kelimesi köken olarak incelendiğinde “bir noktadan başka bir noktaya götürmek” anlamını ifade eden yunanca “metafora” kelimesinden türetilmiş olup ve “öte” anlamına gelen meta ve taşımak anlamındaki “pherein” kelimelerinin biraraya gelmesi ile metafor sözcüğü meydana gelmiştir (Corbet ve Connors, 1999). Arslan ve Bayrakçı (2006) metaforu bireylere kendi zihinlerini anlamak ve haritalamakta yardım eden güçlü bir modelleme mekanizması olarak açıklamıştır. Cameron ve Low (1999) ise metaforu, kelimedede bir anlamı diğer anlama taşıdığı ve ilişki kurduğu için köprü olarak tanımlamıştır. Metaforlar; kavramlar, olaylar ve durumlar hakkında kişisel algılarımızı ortaya çıkaran yorumlamalardır (Saban, 2004).

Forceville (2002), metaforun metafor olarak ele alınabilmesi için üç özelliğe sahip olması gerektiğini ifade etmektedir. Bunlar şu şekildedir:

1. Metaforun kaynağı
2. Metaforun konusu
3. Metaforun kaynağından metaforun konusuna ulaşılan bağ.

Örneğin, “Öğretmen aşçı gibidir. Çünkü bir aşçı yaptığı her yemeğe bir baş yapıt misali özen göstererek gerek malzemeleri gerekse sevgisini katıp her yemeği farklı tarifler ile yapıyorsa öğretmen de kendi bilgi birikimi ve özverisini kullanarak her öğrenciye bireysel özelliklerine göre farklı yaklaşmaktadır” ifadesindeki metaforun konusu “öğretmen”, metaforun kaynağı “aşçı” ve metaforun kaynağından anlaşılması beklenen özelliği “nasıl ki bir aşçı yaptığı yemeklere tek tek özen gösterirse öğretmen de sınıfındaki öğrencilere her çocuk bir dünyadır gözüyle bakmalıdır.” ifadesiyle metaforun kaynağının, anlatılmak istenen anlamı anlamada farklı bir pencere açtığını vurgulamaktadır.

Çevre sözcüğü köken olarak ele alındığında “environs” yani bir yeri çevreleyen ya da çevresindeki alan olarak tasvir edilmektedir (Atalay, 2004). Bireyle ilişkili canlı-cansız her şeyi kapsayan her türlü terim ekolojik yaşamın simgesidir (Berkes ve Kışlalıoğlu, 1993).

2. Yöntem

2. 1. Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada nitel araştırma modellerinden “olgubilim deseni” kullanılmıştır. Olgubilim (fenomenoloji) deseni, farkında olduğumuz ama derinlemesine ve ayrıntılı bir düşünceye sahip olmadığımız olguları vurgulamaktadır. Olgubilim, bu bağlamda yapılacak teknik terimlerin konularının araştırılması ve geliştirilmesi için sağlam bir alt yapı oluşturmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

2. 2. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu 2018-2019 eğitim öğretim yılı Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Sınıf Öğretmenliği Anabilim dalında öğrenim gören öğrencilerden “Çevre Eğitimi” dersi alan ikinci sınıf öğrencileri oluşturmuştur.

2. 3. Veri Toplama Araçları

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin “çevre” kavramına ilişkin sahip oldukları metaforları ortaya çıkarmak için, öğrencilerin her birine “Çevre... gibidir; çünkü ...” ifadesinin yazılı olduğu boş bir kağıt verilmiştir. Öğrencilerden bu ifadeyi kullanarak ve tek bir metafor üzerinde yoğunlaşarak, düşüncelerini yazmaları istenmiştir. Metaforların bir araştırma aracı olarak ele alındığı çalışmalarda (Kaya, 2010; Aydın, 2010; Coşkun, 2010) “gibi” sözcüğü, çoğunlukla “metaforun kaynağı” ile “metaforun konusu” arasındaki ilişkiyi daha açık bir şekilde çağrıştırmak için kullanılmaktadır. Cümlede “çünkü” sözcüğüne yer verilmesi, araştırmaya katılan öğrencilerin ürettikleri metaforları için bir “gerekçe” sunmaları açısından önemlidir. Öğrencilere “çevre” kavramına ilişkin kendi metaforlarını yazmaları için yaklaşık on beş dakika süre verilmiştir. Bu uygulama dönemin başında ve sonunda olmak üzere iki defa uygulanmıştır. Öğrencilerin yazdığı bu metaforlar, birer belge olarak bu çalışmanın temel veri kaynağını oluşturmaktadır.

2. 4. Verilerin Analizi

Bu çalışmadaki edinilen bilgileri değerlendirmek için içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Bu analizin hedefi bilginin doğru ve eksiksiz olarak, aynı zamanda da anlaşılabilir yalınlıkta tasvir ederek anlatmaktır. Bu tekniği uygularken yapılan işlem, birbirine yakın veya benzer konuların ve kavramların anlaşılır düzeyde tutulması, konu bütünlüğü ve anlatım organizasyonu kontrolünü iyi sağlamak gibi durumların doğru bir biçimde dikkat edilmesi hususundan ibarettir (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

Öğrencilerin geliştirdikleri metaforların analiz edilmesi ve yorumlanması beş aşamada gerçekleştirilmiştir. Bu aşamalar şu şekildedir: *1. Adlandırma Aşaması*, *2. Tasnif Etme Aşaması*, *3. Kategori Geliştirme Aşaması*, *4. Geçerlik ve Güvenirliği Sağlama Aşaması*, *5. Verileri Bilgisayar Ortamına Aktarma Aşaması*.

1. Adlandırma aşaması

Bu aşamada araştırmaya katılan öğrencilerin ürettikleri metaforlar ilk olarak bir Excel tablosu oluşturulup hiçbir değişim yapılmadan bilgisayara aktarılıp, alfabetik sıra ile yazılarak genel bir liste yapılmıştır. Her öğrencinin yazdığı metaforlar kodlanmış (Örneğin, aile, anne, baba, çiçek... vb) ve bu aktarma aşamasında katılımcıların ifadelerine dikkat edilerek, metaforların net bir şekilde ifade edilip edilmediğine bakılmıştır.

2. Tasnif aşaması

Bu aşamada "metafor analizi" (Moser, 2000) ve "içerik analizi" (Yıldırım ve Şimşek, 2006) teknikleri kullanılarak her metafor ayrıştırılarak, benzerlik ve ortak özellikleri yönünden diğer metaforlarla karşılaştırılarak analiz edilmiştir. Bu aşamada öğrencilerin yazdıkları metaforlar tekrar detaylı bir şekilde okunup metaforun kaynağı arasındaki ilişkiye dikkate edilmiştir. Bu araştırmada ilk uygulamada 4, son uygulamada 3 olmak üzere 7 kâğıt herhangi bir metaforu tasvir etmemesi ve metaforun konusu ile metaforun kaynağı arasındaki ilişki bakımından anlamsız olması sebebi ile elenerek araştırma kapsamının dışında bırakılmıştır. Üniversite öğrencileri tarafından üretilen uyumsuz yapıdaki metaforların elenmesinden sonra ilk uygulamada 72, son uygulamada 73 olmak üzere toplamda 145 adet geçerli kâğıt araştırma kapsamına alınmıştır.

3. Kategori geliştirme aşaması

Bu aşamada üniversite öğrencilerinin "çevre" kavramına ilişkin oluşturdukları metaforların ortak özellikleri açısından incelenmesi hedeflenmiş ve bu işlem sırasında 65 metafordan oluşturulan metafor listesi dikkate alınmıştır. Bu amaç için, öğrenciler tarafından üretilen her metafor kavramı (1) metaforun konusu, (2) metaforun kaynağı ve (3) metaforun konusu ile kaynağı arasındaki bağ bakımlarından incelenerek "çevreye" ilişkin sahip oldukları bakış açısına göre belli bir konu ile ilişkilendirilerek toplam 5 farklı kavramsal kategori oluşturulmuştur.

4. Geçerlik ve güvenilirliği sağlama aşaması

Elde edilen verilerin detaylı olarak rapor edilmesi ve araştırmacının sonuçlara nasıl ulaştığını açıklaması nitel bir araştırmada geçerliğin önemli ölçütleri arasında yer almaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Araştırmanın güvenilirliğini sağlamak için, araştırmada ulaşılan 5 kavramsal kategori altında toplanan metaforların, bahsedilen bir kavramsal kategoriye temsil edip etmediğini doğrulamak amacıyla uzman görüşüne (biri eğitim bilimleri diğeri coğrafya eğitimi alanında iki uzman) başvurulmuştur. Uzman kişilere yapılandırılmış grid tekniği ile hazırlanmış olduğumuz formlar verilmiştir. Bu amaç doğrultusunda, formda; üst bölümümüzde 65 adet örnek metaforun sıralı olduğu bir tablo, alt bölümümüzde 5 farklı kavramsal kategorinin adlarını içeren sorular bulunmaktadır. Uzmandan soruları tabloyu kullanarak 5 kavramsal kategoriyle (hiçbir metaforu dışarıda bırakmayacak şekilde) eşleştirmesi istenmiştir. Daha sonra, uzmanların yapmış olduğu eşleştirmeler araştırmacının kendi kategorileriyle karşılaştırılmıştır. Karşılaştırmalarda görüş birliği ve görüş ayrılığı sayıları tespit edilerek araştırmanın güvenilirliği, Miles ve Huberman'ın (1994) formülü (Güvenirlik = görüş birliği / görüş birliği + görüş ayrılığı) kullanılarak hesaplandı. Nitel çalışmalarda,

uzman ve araştırmacı değerlendirmeleri arasındaki uyumun %90 ve üzeri olduğu durumlarda istenilen düzeyde bir güvenilirlik sağlanmış olmaktadır (Saban, 2009). Bu araştırmanın güvenilirlik çalışmasında %91 oranında bir güvenilirlik sağlanmıştır.

5. Verileri bilgisayar ortamına aktarma aşaması

İlk uygulamada 38 adet, son uygulamada 43 adet metaforun belirlenmesinden ve bu metaforların oluşturduğu 5 adet kavramsal kategorinin geliştirilmesinden sonra bütün veriler SPSS istatistik programına aktarılıp katılımcı sayısı (*f*) ve yüzdesi (%) hesaplanmıştır.

3. BULGULAR

Araştırmaya ilk uygulamada 73, son uygulamada 72 kişi olmak üzere toplam katılan 145 üniversite öğrencisi “çevre” kavramına ilişkin toplam 65 geçerli metafor üretmiştir. Bu bölümde, araştırmamıza katılan üniversite öğrencilerinin “çevre” kavramına ilişkin üretmiş oldukları metaforlar, oluşturulan 5 farklı kavramsal kategori tablolar eşliğinde verilerle analiz ve yorumları yapılmıştır. Aşağıda kavramsal kategorilerimizin isimleri bulunmaktadır:

1. Yaşam Kaynağı Olarak Çevre
2. Yaşam Alanı Olarak Çevre
3. Soyut Kavram Olarak Çevre
4. Değer Olarak Çevre
5. Somut Kavram Olarak Çevre

3. 1. İlk Uygulamadaki (Çevre Eğitimi Dersini Almadan Önce) Üniversite Öğrencilerinin “Çevre” Kavramına İlişkin Metaforları

Araştırmaya katılan 73 üniversite öğrencisi “çevre” kavramına ilişkin toplam 38 geçerli metafor üretmiştir. Üniversite öğrencilerinin “çevre” kavramına ilişkin geliştirdikleri metaforların frekansları ve yüzde değerleri Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. İlk Uygulamadaki Üniversite Öğrencilerinin “Çevre” Kavramına İlişkin İleri Sürdükleri Geçerli Metaforlar, Frekans (*f*) ve Yüzde Değerleri (%)

Metafor Sırası	Metaforun Adı	f	%
1	Aile	1	1,4
2	Akciğer	2	2,7
3	Anakara Toprağı	1	1,4
4	Anne	1	1,4
5	Arkadaş	2	2,7
6	Avakado	1	1,4
7	Ayna	2	2,7
8	Ayraçlı Defter	1	1,4
9	Beden	1	1,4

10	Çiçek	1	1,4
11	Çocuk	5	6,8
12	Demir	1	1,4
13	Deniz	1	1,4
14	Domino Taşı	1	1,4
15	Ev	9	12,3
16	Hayal Gücü	1	1,4
17	Hayat	4	5,5
18	İnsan	12	16,4
19	İnsan Karakteri	1	1,4
20	Kalp	5	6,8
21	Kapı	1	1,4
22	Masa	1	1,4
23	Nar	1	1,4
24	Nefes	1	1,4
25	Oda	1	1,4
26	Okul	1	1,4
27	Oyuncak Ayı	1	1,4
28	Öğretmen	1	1,4
29	Resim	1	1,4

Tablo: Tablo 1 'in devamıdır.

30	Saç	1	1,4
31	Sağlık	1	1,4
32	Salata	1	1,4
33	Sarmaşık Dallar	1	1,4
34	Su	2	2,7
35	Telefon	1	1,4
36	Ülke	1	1,4
37	Renk	1	1,4
38	Zincir	1	1,4
Toplam		73	100.0

3. 2. İlk Uygulamadaki (Çevre Eğitimi Dersini Almadan Önce) Üniversite Öğrencilerinin “Çevre” Kavramına İlişkin Sahip Oldukları Metaforların Oluşturduğu Kategoriler

Üniversite öğrencilerinin “çevre” kavramına yönelik sahip oldukları metaforlar 5 kategoride toplanmış ve metafor kategorileri Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. İlk Uygulamadaki Üniversite Öğrencilerinin “Çevre” Kavramına Yönelik Sahip Oldukları Metafor Kategorileri, Metafor Sayıları, Toplam Metafor Sayıları ve Yüzdeler Değerleri

Kategoriler	Metaforlar	Metafor Sayısı	Toplam Metafor Sayısı	%
1.Yaşam Kaynağı Olarak Çevre	Su(2), avakado(1), nar(1), salata(1)	4	5	6,8
2.Yaşam Alanı Olarak Çevre	Ev(9), ülke(1), okul(1), anakara toprağı(1), deniz(1), oda(1)	6	14	19,2
3.Soyut Kavram Olarak Çevre	Hayal Gücü(1), renk(1)	2	2	2,7
4.Değer Olarak Çevre	Anne(1), nefes(1), hayat(4), insan(12), çocuk(5), kalp(5), çiçek(1), saç(1), akciğer(2), beden(1), aile(1), arkadaş(2), öğretmen(1), sağlık(1), insan karakteri(1), sarmaşık dallar(1), resim(1)	17	41	56,2
5.Somut Kavram Olarak Çevre	Zincir(1), telefon(1), demir(1), ayrıçlı defter(1), ayna (3), oyuncak ayı(1), masa(1), kapı(1), domino Taşı(1)	9	11	15,1
Toplam		38	73	100,0

3. 3. Son Uygulamadaki (Çevre Eğitimi Dersini Aldıktan Sonra) Üniversite Öğrencilerinin “Çevre” Kavramına İlişkin Metaforları

Araştırmaya katılan 72 üniversite öğrencisi “çevre” kavramına ilişkin toplam 43 geçerli metafor üretmiştir. Üniversite öğrencilerinin “çevre” kavramına ilişkin geliştirdikleri metaforların frekansları ve yüzde değerleri Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. Son Uygulamadaki Üniversite Öğrencilerinin “Çevre” Kavramına İlişkin İleri Sürdükleri Geçerli Metaforlar, Frekans (f) ve Yüzde Değerleri (%)

Metafor Sırası	Metaforun Adı	f	%
1	Adalet	1	1,4
2	Aile	2	2,8
3	Akciğer	2	2,8
4	Akvaryum	1	1,4
5	Anne	2	2,8
6	Arkadaş	2	2,8
7	Ayna	2	2,8

8	Battaniye	1	1,4
9	Bebek	3	4,2
10	Beden	2	2,8
11	Bitki	1	1,4
12	Boş Apartmanlar	1	1,4
13	Boş Bir Sayfa	1	1,4
14	Canlı Bir Varlık	1	1,4
15	Çiçek	1	1,4
16	Çocuk	5	6,9
17	Demir	1	1,4
18	Domino Taşı	1	1,4
19	Dünya	2	2,8
20	Ev	4	5,6
21	Gelecek	1	1,4
22	Gezegen	1	1,4
23	Gökkuşuğu	2	2,8
24	Göz	1	1,4
25	Güneş	1	1,4
26	Hayat	4	5,6
27	Hayvan	1	1,4
28	İnsan	5	6,9
29	Kalp	2	2,8
30	Kitap	1	1,4
31	Pi Sayısı	1	1,4
32	Saç	1	1,4
33	Sağlık	1	1,4
34	Sanat Eseri	1	1,4
35	Sevgi	1	1,4

Tablo: Tablo 3 'ün devamıdır.

36	Sokak Lambası	1	1,4
37	Su	5	6,9
38	Terapi	1	1,4
39	Üzüm	1	1,4

40	Yaşam Kaynağı	1	1,4
41	Yemek Yapmak	1	1,4
42	Zaman	1	1,4
43	Zincir	1	1,4
Toplam		72	100.0

3. 4. Son Uygulamadaki (Çevre Eğitimi Dersini Aldıktan Sonra) Üniversite Öğrencilerinin “Çevre” Kavramına İlişkin Sahip Oldukları Metaforların Oluşturduğu Kategoriler

Üniversite öğrencilerinin “çevre” kavramına yönelik sahip oldukları metaforlar 5 kategoride toplanmış ve metafor kategorileri Tablo 4’te gösterilmiştir.

Tablo 4. Son Uygulamadaki Üniversite Öğrencilerinin “Çevre” Kavramına Yönelik Sahip Oldukları Metafor Kategorileri, Metafor Sayıları, Toplam Metafor Sayıları ve Yüzdeler Değerleri

Kategoriler	Metaforlar	Metafor Sayısı	Toplam Metafor Sayısı	%
1.Yaşam Kaynağı Çevre	Olarak Su(5), yemek yapmak(1), üzüm(1), yaşam kaynağı(1), güneş(1)	5	9	12,5
2.Yaşam Alanı Çevre	Olarak Ev(4), boş apartmanlar(1), dünya(2), akvaryum(1), gezegen(1)	5	9	12,5
3.Soyut Çevre	Kavram Olarak Gelecek (1), sevgi(1), zaman(1), adalet(1), terapi(1)	5	5	6,9
4.Değer Çevre	Olarak Anne(2), akciğer(2), göz (1), beden(2), hayat(4), aile(2), insan(5), arkadaş(2), çocuk(5), sağlık(1), kalp(2), kitap(1), çiçek(1), bitki(1), hayvan(1), bebek(3), saç(1), sanat eseri(1), canlı bir varlık(1)	19	38	52,8
5.Somut Çevre	Kavram Olarak Zincir(1), gökkuşağı(2), demir(1), boş bir sayfa(1), ayna (2), pi sayısı(1), sokak lambası(1), domino taşı(1), battaniye(1)	9	11	15,3
Toplam		43	72	100.0

3. 5. Kavramsal Kategoriler

3. 5. 1. Yaşam kaynağı olarak çevre

Bu kategori, “çevre” kavramını daha çok besinin ifadesi olarak algılayan öğrenci ifadelerinden oluşmaktadır. Bu kategoride öğrenciler çevreyi genellikle yaşamın kaynakları ile bağlantılı olarak açıklamaktadırlar.

İlk uygulama için, tablo 5’de detayları verilen, toplam 4 metafor bu kategori altında değerlendirilmiştir. Bu metaforlar araştırmaya katılan 5 üniversite öğrencisinin ifadesinden (f 5) oluşmaktadır. Kategori, araştırmaya katılan öğrencilerinin toplamda % 6,8’ini temsil etmektedir. Kategoride en çok tekrarlanan metafor 2 katılımcının ifade ettiği (f 2) “su” metaforu yer almaktadır.

Tablo 5. İlk Uygulama-Yaşam Kaynağı Olarak Çevre

Metafor Adı	F	%
Avakado	1	1,4
Nar	1	1,4
Salata	1	1,4
Su	2	2,7
Toplam	5	6,8

Bu kategoride bulunan bazı ifadelere aşağıda yer verilmiştir.

Çevre nar gibidir; çünkü tek başına fazla bir şey ifade etmeyen ama bir topluluk oluşturduğunda her şeyi içinde barındıran bir kavramdır.

Çevre salata gibidir; çünkü salata yaparken sebzeleri önce yıkarız. Çevreyi de temiz tutmak sağlığımız açısından önemlidir ve salatanın içinde çeşitli sebzeler bulunur. Bu sebzeler de salataya farklı renk ve tat katar tıpkı çevrede bulunan farklı unsurlar gibi.

Çevre su gibidir; çünkü insanın olmazsa olmazlarından. Eğer o olmazsa yaşayamayız. Hayatın tamamını kaplayan şeydir. O yüzden çevre suya benzerdir. İnsan ne susuz ne de çevresiz yaşayamaz.

Son uygulama için, tablo 6’da detayları verilen, toplam 5 metafor bu kategori altında değerlendirilmiştir. Bu metaforlar araştırmaya katılan 9 üniversite öğrencisinin ifadesinden (f 9) oluşmaktadır. Kategori, araştırmaya katılan öğrencilerinin toplamda %12,5’ini temsil etmektedir. Kategoride en fazla tekrarlanan metafor 5 katılımcının ifade ettiği (f 5) “su” metaforu yer almaktadır.

Tablo 6. Son Uygulama-Yaşam Kaynağı Olarak Çevre

Metafor Adı	f	%
Güneş	1	1,4
Su	5	6,9
Üzüm	1	1,4
Yaşam Kaynağı	1	1,4
Yemek Yapmak	1	1,4
Toplam	9	12,5

Bu kategoride bulunan bazı ifadeler aşağıda yer verilmiştir.

Çevre su gibidir; çünkü su vücudumuz için ne kadar önemli ve bizim ne kadar yaşam kaynağımızsa çevre de bizim yaşayabilmemize ortam hazırlayan ve bir o kadar önemli kavramdır. Onu ne kadar kirletirsek zarar görürüz, ne kadar korursak sağlıklı oluruz.

Çevre su gibidir; çünkü su nasıl bir dönüşüm içerisindeyse çevrede o şekilde dönüşüm içerisindedir. Tek sorun doğru kullanamıyor olmamızdır.

Çevre yaşam kaynağı gibidir; çünkü bizlere doğal kaynaklarını sunar, bizleri besler ve bizler için oksijen sağlar. Yaşamamız için gerekli ihtiyaçları sunar. Çevremize saygılı ve duyarlı olmalıyız ki yaşam kaynağımız zarar görmesin.

Çevre yemek yapmak gibidir; çünkü doğadaki belli etkenlerin belli bir süre olumlu yönde etkileşip hazır duruma geldikten sonra insan için gerekli ihtiyaçların oluşmasını sağlamaktadır. Doğaya zarar vermedikten sonra bizler için en güzel yaşam kaynağı oluşur.

3. 5. 2. Yaşam alanı olarak çevre

Bu kategori de evrensel olan çevre kavramını canlıların ortak hayat ortamları olarak gören öğrenci görüşlerinden oluşmaktadır. Üniversite öğrencilerinin bu görüşünün nedeni genellikle doğanın insanı ve bütün canlılık belirtilerini içerisinde barındıracak şekilde dizayn edilmesinin düşünülmesi etkili olmuştur. Onlar için çevre canlılığın ve gelecek nesillerin devamı için birlikte yaşadıkları ortak alandır.

İlk uygulama için, tablo 7’de detayları verilen, toplam 6 metafor bu kategori altında değerlendirilmiştir. Bu metaforlar araştırmaya katılan 14 üniversite öğrencisinin ifadesinden (f14) oluşmaktadır. Kategori, araştırmaya katılan öğrencilerinin toplamda % 12,3’ini temsil etmektedir. Kategoride en fazla tekrarlanan metafor 9 katılımcının ifade ettiği (f 9) “ev” metaforu yer almaktadır.

Tablo 7. İlk Uygulama-Yaşam Alanı Olarak Çevre

Metafor Adı	F	%
Anakara Toprağı	1	1,4
Deniz	1	1,4
Ev	9	12,3
Oda	1	1,4
Okul	1	1,4
Ülke	1	1,4
Toplam	14	19,2

Bu kategoride bulunan bazı ifadelerle aşağıda yer verilmiştir.

Çevre ev gibidir; çünkü çevre de tıpkı ev gibi bizim yaşam alanımızdır. Nasıl evimizde rahat hareket edebiliyorsak çevrede de rahat etmemiz için çevreyi temiz tutmalıyız. Çünkü nasıl evde ailemiz ile yaşıyorsak, çevrede de tüm canlılar alemi ile yaşıyoruz. Önem verdiğimiz kadar mutlu bir yaşam süreriz.

Çevre odamız gibidir; çünkü pis bir oda da yaşamak ne kadar kötüyse, pis bir çevrede de yaşamak o kadar kötüdür. Mesela odamızda çöpü yere atamıyorsak çevremizde ki herhangi bir yere de atmamalıyız. Sonuçta her iki yerde bizim yaşam alanımızdır.

Çevre ülkemiz gibidir; çünkü çevre bizim yaşam alanımızdır. Ülkemizi nasıl temiz tutuyorsak çevremizi de aynı şekilde temiz tutmalıyız. Çevremiz ve ülkemiz bize emanettir. Gelecek kuşaklara yaşanabilir bir yer bırakmak istiyorsak çevremize ve ülkemize sahip çıkmalıyız.

Çevre anakara toprağı gibidir; çünkü var oluşundan itibaren bünyesinde bütün bileşenleri ve atomik yapıları barındırır. Birbirinden ayrılması zor olan ve birbirinin bütünleyicisi olan topluluktur aynı çevre gibi.

Çevre evimiz gibidir; çünkü dünya biz insanların yaşamaya çalıştığı ve biz insanların ihtiyaçlarını karşılamak için donatılmış bir yerdir. Örneğin, bitkiler sayesinde temiz hava, tatlı su kaynakları sayesinde içme suyu gibi fizyolojik ihtiyaçlarımızı karşılar. Aslında çevre bütün canlıların bir arada yaşadığı büyük bir evdir.

Çevre okul gibidir; çünkü belli bir sistematik düzenin toplum kurallarının insani ahlaki değer ve eğitimin sürekli içinde bulunduğu bir ortamdır. Yaşam süresi boyunca okul, arkadaş, öğrenci, öğretmen ve düzeni gibi çevrede iş, komşu, arkadaşlık aktif öğrenme süreci yaşanmışlık ve toplumsal kurallar bulunmaktadır.

Son uygulama için, tablo 8’de detayları verilen, toplam 5 metafor bu kategoride değerlendirilmiştir. Bu metaforlar araştırmaya katılan 9 üniversite öğrencisinin ifadesinden (f 9) oluşmaktadır. Kategori, araştırmaya katılan öğrencilerinin toplamda %12,5’ini temsil

etmektedir. Kategoride en fazla tekrarlanan metafor 4 katılımcının ifade ettiği (f 4) “ev” metaforu yer almaktadır.

Tablo 8. Son Uygulama-Yaşam Alanı Olarak Çevre

Metafor Adı	f	%
Akvaryum	1	1,4
Boş Apartmanlar	1	1,4
Dünya	2	2,8
Ev	4	5,6
Gezegen	1	1,4
Toplam	9	12,5

Bu kategoride bulunan bazı ifadeler aşağıda yer verilmiştir.

Çevre boş apartman gibidir; çünkü nasıl bir apartman boş iken hiçbir anlam ifade etmez ve bakımsız olursa çevre de biz yok iken bakıma muhtaç olur apartmanlarımızı da çevremizi de bakıma muhtaç bırakmamalıyız.

Çevre gezegen gibidir; çünkü gezegende var olan yaşamsal fonksiyonlar çevre ile ortak öğeler içerir. Gezegenin döngüleri çevrenin suni ve temel bileşenlerini gibidir. Çevre değişir, başkalaşım geçirir ve çoğu gezegen gibi sonlanır.

Çevre akvaryum gibidir; çünkü içinde her türlü canlıyı barındırır. Maviliği ile tüm canlıları kucaklar. Çevre de aynı şekilde yeşilliği ile canlıların huzur bulduğu doğanın mucizesidir.

Çevre evimiz gibidir; çünkü sahip olduğumuz her şeyi onda buluruz. Ona zarar vermediğimiz sürece bizi barındırır ve yaşamsal faaliyetlerimizi sürdürmemizde yardımcı olur. Ona zarar verdiğimizde ise bizlerde zarar görürüz. Evimizi nasıl titizlik ile koruyorsak çevremizi de aynı şekilde titizlik ile korumalıyız.

Çevre dünyagibidir; çünkü ne kadar bakılırsa o kadar gelişir, ne kadar değer verilirse bize dönütü de o kadar faydalı olur. Çünkü burası bizim yaşam alanımızdır.

3. 5. 3. Soyut kavram olarak çevre

Bu kategori, “çevre” kavramını soyut olarak algılayan öğrenci ifadelerinden oluşmaktadır. Üniversite öğrencilerinin bu algıyı geliştirmelerinde çoğunlukla çevrenin birey üzerindeki soyut özelliği etkili olmuştur. Onlara göre çevre, insanın düşünceleri ile var olan yapıdır. İlk uygulama için, tablo 9’da detayları verilen, toplam 2 metafor bu kategori altında değerlendirilmiştir. Bu metaforlar araştırmaya katılan 2 üniversite öğrencisinin ifadesinden (f2) oluşmaktadır. Kategori, araştırmaya katılan öğrencilerinin toplamda %2,7’sini temsil etmektedir.

Tablo 9. İlk Uygulama-Soyut Kavram Olarak Çevre

Metafor Adı	f	%
Hayal Gücü	1	1,4
Renk	1	1,4
Toplam	2	2,7

Bu kategoride bulunan bazı ifadeler aşağıda yer verilmiştir.

Çevre hayal gücü gibidir; çünkü hiçbir insan hayal gücünde kötü bir şey barındırmaz, hayal edemez. Hayal dünyamız o kadar geniş ki uçsuz bucaksız aynı çevremiz gibi sonu olmayan bir güzellik gibidir.

Çevre renk gibidir; çünkü her rengin doğada bir karşılığı vardır. Mesela mavi güveni, sadakati temsil eder tıpkı gökyüzümüzü ve denizimizi temsil ettiği gibi, kahverengi ise doğamızdaki toprağı, dağı, taşı temsil eder. Çevremizdeki çeşitli renklerdeki çiçeklerimiz bize çevrenin güzelliğini canlılığını insanın hayatına renk katan bir kavramdır.

Son uygulama için, tablo 10'da detayları verilen, toplam 5 metafor bu kategori altında değerlendirilmiştir. Bu metaforlar araştırmaya katılan 5 üniversite öğrencisinin ifadesinden (f 5) oluşmaktadır. Kategori, araştırmaya katılan öğrencilerinin toplamda %6,9'unu temsil etmektedir.

Tablo 10. Son Uygulama-Soyut Kavram Olarak Çevre

Metafor Adı	f	%
Adalet	1	1,4
Gelecek	1	1,4
Sevgi	1	1,4
Terapi	1	1,4
Zaman	1	1,4
Toplam	5	6,9

Bu kategoride bulunan bazı ifadeler aşağıda yer verilmiştir.

Çevre geleceğimiz gibidir; çünkü bizden sonraki nesiller bizim bıraktığımıza göre yaşayacaklar eğer temiz ve güzel kullanılmış bir çevre bırakırsak gelecek nesilleri bilinçli bir şekilde yetiştirerek gelecek nesillere iyi bir çevre bırakabiliriz. Kötü ve kirli bir çevre bırakırsak gelecek nesiller bizim yaptığımız hatanın cezasını çekecek. Çevremize geleceğimize hak ettiği değeri vermeliyiz.

Çevre zaman gibidir; çünkü nasıl ki zaman akıp gider biz onu elimizde tutamıyoruz. Bizi ele geçiriyor biz ona hâkim olmaya çalışırız işte çevremize de hâkim olmaya çalışıyoruz, ezip geçiriyoruz tek farkı zaman kadar güçlü olmadığından elde edebilmek de yıkmakta kolay.

Çevre adalet gibidir; çünkü siz onun bir parçasına zarar verirseniz o da başka bir yerden uzun vadede size zarar verir.

Çevre terapi gibidir; çünkü terapi kişiyi rahatlatan, kendini iyi hissettiren, kişiyi olduğu gibi kabul edendir. Çevrede aynen bu şekilde canlı veya cansız her şeyi kabul edendir.

Çevre sevgi gibidir; çünkü biz ne kadar sevgi dolu olursak, sevgiyi verdiğimiz kişi bundan etkilenebilir. Biz sevgi verdiğimiz kişiyi kırmamak, üzmemek isteriz yani çevreyi temiz tutmak, kirletmemek isteriz.

3. 5. 4. Değer olarak çevre

Bu kategori, “çevre” kavramını insanlar için önemli ve bir o kadar da değerli olarak ele alan öğrenci ifadelerinden oluşmaktadır. Üniversite öğrencilerinin bu algıyı geliştirmelerinde çoğunlukla çevrenin insan için kıymet verilen her şey ile bütünleştirmeleri etkili olmuştur.

İlk uygulama için, tablo 11’de detayları verilen, toplam 17 metafor bu kategori altında değerlendirilmiştir. Bu metaforlar araştırmaya katılan 41 üniversite öğrencisinin ifadesinden (f41) oluşmaktadır. Kategori, araştırmaya katılan öğrencilerinin toplamda %56,2’sini temsil etmektedir. Kategoride en çok tekrarlanan metafor 12 katılımcının ifade ettiği (f 12) “insan” metaforu yer almaktadır.

Tablo 11. İlk Uygulama-Değer Olarak Çevre

Metafor Adı	f	%
Aile	1	1,4
Akciğer	2	2,7
Anne	1	1,4
Arkadaş	2	2,7
Beden	1	1,4
Çiçek	2	2,7
Çocuk	4	5,5
Hayat	4	5,5
İnsan	12	16,4
İnsan Karakteri	1	1,4
Kalp	5	6,8
Nefes	1	1,4
Öğretmen	1	1,4

Resim	1	1,4
Saç	1	1,4
Sağlık	1	1,4
Sarmaşık Dallar	1	1,4
Toplam	41	56,2

Bu kategoride bulunan bazı ifadelere aşağıda yer verilmiştir.

Çevre çocuk gibidir; çünkü bakıma, ilgiye, temizliğe ihtiyacı vardır. Bakılmayan, sevilmeyen, ilgi görmeyen bir çocuk nasıl eksik ise çevre de öyledir. Çevreye hak ettiği ilgiyi değeri vermekte bizim elimizdedir.

Çevre insan gibidir; çünkü çevre de insan gibi büyüyen gelişen iyi veya kötü durumlardan etkilenendir.

Çevre sağlık gibidir; çünkü onu korumazsak biz zarar görürüz. Çünkü bizler sağlığımızın iyi olması ile hayattayız ve ayaktayız. Nasıl ona dikkat ediyorsak çevremize de dikkat etmeliyiz.

Çevre hayat gibidir; çünkü insanın doğumdan ölümüne kadar içinde olduğu yerdir. Çevredeki her şey hayat gibi doğar ve ölür.

Çevre arkadaş gibidir; çünkü ne kadar iyi davranırsan o da sana iyi davranır. Kötü davranırsan kötü davranır. Aslında çevre çıkarıcı arkadaş gibidir. Sen nasıl davranırsan o şekilde karşılık görürsün.

Çevre insan karakteri gibidir; çünkü karakterin düzgün ise çevrendeki bireylere pozitif olursun, kötü bir izlenim bırakmaz ve rahatsızlık vermezsin. Eğer karakterinde bozukluklar varsa yine çevrendeki insanlara kötü izlenim ve rahatsızlık verirsin. Çevrenin temiz ve yaşanabilir olması iyi karakter, kötü olması kötü karaktere benzer.

Çevre bedenimiz gibidir; çünkü bedenimiz nasıl birbiri ile uyumlu bir şekilde çalışıyorsa çevremizde aynı şekilde uyumlu bir beraberliği içinde barındırır. Bedenimize ve çevremize ne kadar önem verirsek o kadar iyi bir yaşam süreriz.

Çevre kalp gibidir; çünkü kalp iyilik ve güzellikler ile doludur. Onu olumsuz olan şeylerden korursak iyi bir hayat süreriz. Çevremize ne kadar iyi bakarsak dünya daha yaşanılır bir hale gelir.

Çevre anne gibidir; çünkü ihtiyacımız olan her şeyi bize sağlar. Hayatımızı sürdürmemizi sağlar.

Çevre insan gibidir; çünkü insan kendine bakmazsa hastalanır ve eğer daha da kötüye giderse ölür. Çevre de insanlar bakmazsa zamanla ekosistem dengesi bozulur. Çevre kirlenir, canlılar yok olur ve yaşam son bulur.

Son uygulama için, tablo 12’de detayları verilen, toplam 19 metafor bu kategori altında değerlendirilmiştir. Bu metaforlar araştırmaya katılan 38 üniversite öğrencisinin ifadesinden (f38) oluşmaktadır. Kategori, araştırmaya katılan öğrencilerinin toplamda %52,8’ini temsil etmektedir.

Tablo 12. Son Uygulama-Değer Olarak Çevre

Metafor Adı	f	%
Aile	2	2,8
Akciğer	2	2,8
Anne	2	2,8
Arkadaş	2	2,8
Bebek	3	4,2
Beden	2	2,8
Bitki	1	1,4
Canlı Bir Varlık	1	1,4
Çiçek	1	1,4
Çocuk	5	6,9
Göz	1	1,4
Hayat	4	5,6
Hayvan	1	1,4
İnsan	5	6,9
Kalp	2	2,8
Kitap	1	1,4
Saç	1	1,4
Sağlık	1	1,4
Sanat Eseri	1	1,4
Toplam	38	52,8

Bu kategoride bulunan bazı ifadeler aşağıda yer verilmiştir.

Çevre kitap gibidir; çünkü her sayfasında farklı olaylar, oluşumlar vardır. Çeşitli etkileşimleri, insanları etkileyen dokunuşları vardır. Kitaplar bir sonraki sayfa da nasıl merak uyandırırsa çevre de keşfedildikçe merak uyandırır.

Çevre anne gibidir; çünkü biz ne yaparsak yapalım bize kollarını hep açandır. Çevre de biz ne yaparsak yapalım bize hep kollarını açıyor.

Çevre bebek gibidir; çünkü annesinin en değerli varlığıdır. Tıpkı çevreninde bizim için en değerli varlık olduğu gibi.

Çevre aile gibidir; çünkü sürekli etkileşimi ile hayat şartlarımızı kolaylaştırır. Duyarsızlığımıza rağmen bizi hiçbir şeyden mahrum bırakmaz.

Çevre sanat eseri gibidir; çünkü doğada mükemmel bir uyum içinde dizayn edilmiştir.

Çevre bedenimiz gibidir; çünkü bütünüyle içimizi de dışımızı da korumak ile yükümlüyüz. Yaşadığımız dünyayı da bedenimizi koruduğumuz gibi korumalıyız.

Çevre hayat gibidir; çünkü kirli veya temiz onun güzelliğini yine bizler yaşıyoruz. Nasıl yaşamak istiyorsak öyle davranmalıyız.

Çevre hayat gibidir; çünkü o olmazsa olmaz. Hayatımızın devamlılığı ona bağlıdır.

Çevre insan gibidir; çünkü insan gibi büyür, gelişir, etrafındakilere göre şekil alır.

Çevre arkadaş gibidir; çünkü sen değer verirsen arkadaşlığın sürüp gider.

Çevre anne gibidir; çünkü her tarafın sorumluluğunu ve disiplinini sağlar. Uyum içinde yaşamayı öğretir.

Çevre göz gibidir; çünkü insan baktığı ile çevresini algılar. Benzerlik olarak göz de dünyanın bir kopyası gibidir.

3. 5. 5. Somut kavram olarak çevre

Bu kategori, “çevre” kavramını somut olarak algılayan öğrenci ifadelerinden oluşmaktadır. Üniversite öğrencilerinin bu algıyı geliştirmelerinde çoğunlukla çevrenin insan üzerindeki somut özelliği etkili olmuştur.

İlk uygulama için, tablo 13’de detayları verilen, toplam 9 metafor bu kategori altında değerlendirilmiştir. Bu metaforlar araştırmaya katılan 11 üniversite öğrencisinin ifadesinden (f11) oluşmaktadır. Kategori, araştırmaya katılan öğrencilerinin toplamda %15,1’ini temsil etmektedir. Kategoride en fazla tekrarlanan metafor 3 katılımcının ifade ettiği (f 3) “ayna” metaforu yer almaktadır.

Tablo 13. İlk Uygulama-Somut Kavram Olarak Çevre

Metafor Adı	f	%
Ayna	3	4,1

Ayraçlı Defter	1	1,4
Demir	1	1,4
Domino Taşı	1	1,4
Kapı	1	1,4
Masa	1	1,4
Oyuncak Ayı	1	1,4
Telefon	1	1,4
Zincir	1	1,4
Toplam	11	15,1

Bu kategoride bulunan bazı ifadeler aşağıda yer verilmiştir.

Çevre demir gibidir; çünkü işlendikçe ona iyi bakıldıkça ışıldar. Kirletilirse, kötü davranılırsa pas tutar ve onu tekrar geri döndürmek zor olur.

Çevre domino taşı gibidir; çünkü bir bütün halindedir ve birbirini etkileyen bir oluşumdur. Her taş nasıl bir sonrakini etkiliyorsa çevrede birbirinden bu şekilde etkilenir.

Çevre telefon gibidir; çünkü güzel ve temiz kullanırsak bozulmaz ama kötü kullanırsak hemen bozulur, kullanılamaz hale gelir.

Çevre zincir gibidir; çünkü çevrede de birbirine bağlantılıdır. Biri olmazsa diğerlerinin de bir hükmü olmaz. Her bir halka birbirine bağlantılı ve gereklidir.

Çevre kapı gibidir; çünkü bir eve girilmeden önce kapıya bakılır ve kapıdan o ev hakkında bilgi edinilmeye çalışılır. Kapısı kirliyse ya da aşınmış ise bu çok hoş karşılanmaz çevre de öyledir. Temiz kapılarımız olması ümidiyle.

Çevre ayraçlı defter gibidir; çünkü bütün bölümler bir araya geldiğinde defter oluşur.

Çevre ayna gibidir; çünkü biz insanlar doğaya baktığımızda kendimizi görürüz. Ne kadar özen gösterirsek aynamız o kadar güzel olur bizi yansıtır.

Çevre ayna gibidir; çünkü doğayı ne kadar sevip temiz tutarsak o da bize karşılığını o şekilde verir.

Son uygulama için, tablo 14’te detayları verilen, toplam 9 metafor bu kategori altında değerlendirilmiştir. Bu metaforlar araştırmaya katılan 11 üniversite öğrencisinin ifadesinden (f11) oluşmaktadır. Kategori, araştırmaya katılan öğrencilerinin toplamda %15,3’ünü temsil etmektedir.

Tablo 14. Son Uygulama-Somut Kavram Olarak Çevre

Metafor Adı	f	%
Ayna	2	2,8

Battaniye	1	1,4
Boş Bir Sayfa	1	1,4
Demir	1	1,4
Domino Taşı	1	1,4
Gökkuşağı	2	2,8
Pi Sayısı	1	1,4
Sokak Lambası	1	1,4
Zincir	1	1,4
Toplam	11	15,3

Bu kategoride bulunan bazı ifadelerle aşağıda yer verilmiştir.

Çevre pi sayısı gibidir; çünkü bütün sayı kombinasyonlarını içinde barındırır. Bütün önemli yerleri, sokak numaralarını gibi akla gelebilecek her şeyi içerisinde bir yerlerde.

Çevre gökkuşağı gibidir; çünkü çevrede aynı gökkuşağı gibi rengarenktir. İçinde her tonu, her rengi barındırır. İçinde yaşayan canlıları olduğu gibi kabul eder.

Çevre ayna gibidir; çünkü çevrede yaptığımız her şeyin bir yansıması vardır. Her şeyin bir karşılığı vardır. Çevre ayna gibi yaptıklarımızı bize yansıtır.

Çevre boş bir sayfa gibidir; çünkü çevre boş bir sayfa kadar sade ve durudur. Bize göre şekillenir. Mesela boş bir sayfayı yırtabiliriz ya da gelişigüzel karalayabiliriz. Tam tersi çiçekler, ağaçlar da çizebiliriz. Çevre de böyledir ona zarar vermek yerine güzelleştirmeliyiz.

Çevre sokak lambası gibidir; çünkü caddeleri sınırsız aydınlatır. Çevrenin de sınırları yoktur.

Çevre battaniye gibidir; çünkü o olmadan soğuktan korunmak ya da kötü şartlara karşı mücadele etmek mümkün değildir. Çevre olmazsa biz kötü şartlar ile mücadele edemeyiz.

3. 6. Uygulamaya Katılan Üniversite Öğrencilerinin Cinsiyetlerine Göre Frekans ve Yüzde Dağılımları

Uygulamaya katılan üniversite öğrencilerinin (n=145) cinsiyetlerine göre frekans ve yüzde dağılımları tablo 15’de verilmiştir.

Tablo 15. Uygulamaya Katılan Üniversite Öğrencilerin Cinsiyetlere Göre Frekans ve Yüzde Dağılımları

	Cinsiyet	f	%
İlk Uygulama	Kadın	53	72,5
	Erkek	20	27,4
	Toplam	73	100,0
Son Uygulama	Kadın	52	72,2
	Erkek	20	27,8
	Toplam	72	100,0

Tablo 16 incelendiğinde, ilk uygulamaya katılan öğretmen adaylarının büyük bir çoğunluğunu n=53 (%72,5) kız öğrenciler oluştururken, grupta yer alan erkek öğrencilerin sayısı ise n=20 (%27,4)'tür. Son uygulamaya katılan öğretmen adaylarının büyük bir çoğunluğunu n=52 (%72,2) kız öğrenciler oluştururken, grupta yer alan erkek öğrencilerin sayısı ise n=20 (%27,8)'dir. Araştırmamıza çoğunluk olarak kadın öğretmen adayları katılmıştır. Bu doğrultuda araştırmamızda en fazla metaforu kadın öğretmen adayları üretmişlerdir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

4. 1. Sonuç

Bu araştırma, örneklem grubu olarak seçilen Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Sınıf Öğretmenliği Anabilim dalında öğrenim gören öğrencilerden “Çevre Eğitimi” dersi alan ikinci sınıf öğrencilerinin “çevre” kavramına ilişkin sahip oldukları metaforları ortaya çıkarıp karşılaştırmak ve bu metaforları belli kavramsal kategoriler altında toplamak amacıyla hazırlanmıştır.

Araştırmamızda iki uygulama yapılmıştır. 2018-2019 yılının güz dönemi başında öğrenciler henüz çevre eğitimi dersi almadan ilk uygulamamız yapılmıştır. Dönemin sonunda dersi aldıktan sonra öğrencilere son uygulamamız yaptırılıp sonuçlar karşılaştırılmıştır. Araştırmamıza katılan üniversite öğrencilerinin ürettikleri metaforlar ortak özellikleri bakımından irdelenerek 5 farklı kavramsal kategori altında toplanmıştır. Bu kategoriler ise “Yaşam Kaynağı Olarak Çevre, Yaşam Alanı Olarak Çevre, Soyut Kavram Olarak Çevre, Değer Olarak Çevre, Somut Kavram Olarak Çevre” ana kategorilerimizdir.

Elde edilen bulgular dahilinde ilk uygulamamızda 73 öğrenci “çevre” kavramına ilişkin toplam 38 geçerli metafor üretmiştir. Güncel bir mesele olan “çevre” kavramı ile ilgili olarak üniversite öğrencilerinin oluşturdukları metaforlar incelendiğinde, en çok başvurulan algısal ifadelerin; *insan (f12)*, *ev (f9)*, *çocuk (f5)*, *kalp (f5)* ve *hayat (f4)* metaforları olduğu görülmüştür. Metaforlar incelendiğinde üniversite öğrencilerinin “çevre” kavramıyla ilgili temel bir bilince sahip oldukları söylenebilir.

Öğrencilerin ürettikleri metaforlar kategori bazında incelendiğinde ise, en fazla “değer olarak çevre” (n=41, %56,2) kategorisinde toplanmıştır. Bu kategori, öğrencilerin çevreye ilişkin metaforik algılarını en iyi yansıttıkları kategoridir.

“Yaşam alanı olarak çevre”(n=14, %19,2), “somut kavram olarak çevre” (n=11, %15,1), “yaşam kaynağı olarak çevre” (n=5,%6,8), “soyut kavram olarak çevre”(n=2, %2,7) kategorileri de sırasıyla görüşlerin belirtildiği kategorilerdir.

Kategori bazında öğrencilerin en az metaforu ürettikleri kategori olan “soyut kavram olarak çevre” (n=2, %2,7) kişi sayısının ve yüzdeliğin en düşük olduğu gruptur. Bu kategori, öğrencilerin çevreye ilişkin metafor algılarının soyut olmadığını göstermektedir. Uygulama

formları incelendiğinde soyut kavramları metafora benzetmelerinde güçlük yaşadıkları görülmektedir.

Araştırmamızın son uygulamasında 72 öğrenci “çevre” kavramına ilişkin toplam 43 geçerli metafor üretmiştir. Üniversite öğrencilerinin oluşturdukları metaforlar incelendiğinde, en çok başvurulan algısal ifadelerin; *insan (f5)*, *ev (f4)*, *çocuk (f5)*, *su (f5)* ve *hayat (f4)* metaforları olduğu görülmüştür.

Öğrencilerin ürettikleri metaforlar kategori bazında incelendiğinde ilk uygulamada olduğu gibien fazla “*değer olarak çevre*” (n=38, %52,8) kategorisinde toplanmıştır. Öğrenciler bu kategoride içinde yaşadığımız çevrenin, tüm canlıların varlığının ve gelişiminin temelini değer ve kıymet kavramları ile bütünleşmelerini vurgulamışlardır. Formdaki düşüncelerine göre öğrencilerin çevreyi değerli görülen her şeye benzetmeleri önemlidir. Düşüncelerini dile getirirken ifadelerinde çevrenin kıymet verilmesi, değer gösterilmesi ve hayatımızın nadide bir parçası ve vazgeçilmez unsurları olduğunu belirtmişlerdir.

”*Somut kavram olarak çevre*” (n=11, %15,3), “*yaşam kaynağı olarak çevre*” (n=9, %12,5), “*yaşam alanı olarak çevre*” (n=9, %12,5), “*soyut kavram olarak çevre*” (n=5, %6,9) kategorileri de sırasıyla görüşlerin belirtildiği kategorilerdir.

Kategori bazında öğrencilerin en az metaforu ürettikleri kategori olan “*soyut kavram olarak çevre*” (n=5, %6,9) kişi sayısının ve yüzdeliğin en düşük olduğu gruptur. İki uygulamada da bu kategori, öğrencilerin çevreye ilişkin metafor algılarının soyut olmadığını göstermektedir. Formlar incelendiğinde öğrencilerin soyut kavramları çevreye benzetmekte hem güçlük çektikleri hem de gerekçelerini yazarken tam anlamıyla ifade edemedikleri görülmektedir.

Araştırmamıza katılan öğretmen adayları incelendiğinde çoğunluk olarak kadın öğretmen adaylarının katıldığı görülmektedir. Öğretmen adaylarının ürettikleri metaforlar incelendiğinde de kadın öğretmen adaylarının fonksiyonel açıdan daha fazla metafor ürettikleri görülmüştür. Bu doğrultuda araştırmamıza en fazla katılım gösteren ve metaforu üreten kadın öğretmen adayları olmuştur.

Metaforlar incelendiğinde üniversite öğrencilerinin “çevre” kavramıyla ilgili son uygulamada, algılarındaki çeşitlilik farklı metaforlar üzerine yoğunlaştıklarını göstermektedir. “Çevre Eğitimi” dersini aldıktan sonra öğrencilerin düşüncelerinde farklı çağrışımların etkin rol oynadığı görülmektedir. Bu bağlamda çevre eğitimi dersi yaratıcılıklarının gelişmesinde fayda sağlayıp bilinçli aktif bireyler olmalarına yol göstermiştir.

Metaforlar bir kavram veya olgunun ortak özelliklerini yansıtan ve bireylerin öznel düşünce yapıları ile ilişkili olan sembollerini ifade etmelerine yardımcı olmaktadır. Metafor analizi tekniği uygulanan çalışmaların sonuçlarında katılımcıların farklı bir çok metafor ürettiği görülmektedir. Bu nedenle çevre kavramıyla ilgili olarak öğretmen adayları birbirinden farklı metaforlar üretmişlerdir. Farklı alanlar, konu ve katılımcılarla yapılan bu çalışma sonuçları incelendiğinde (Doğan, 2017; Saban, 2009; Yalmancı ve Aydın, 2013; Arık ve Yılmaz, 2017; Aydın ve Ünalı, 2010; Doğru ve Saraç, 2013; Mertol, Doğdu ve Yılar 2013; Öztürk, 2007;

Güven, 2014; İbret ve Aydınöz, 2011; Eilam, 2009; Aydoğdu, 2008; Çelikkaya ve Seyhan, 2017; Ateş ve Karatepe, 2013; Coşkun, 2010; Aydın, 2011), araştırma konusu olan kavram veya olgularla ilgili birden fazla metafor ürettikleri tespit edilmiştir.

Sınıf öğretmeni adaylarının “çevre” kavramına ilişkin tanımları incelendiğinde literatürde yer alan bilgiler doğrultusunda bilinçli, bilgi, tutum ve aktif katılım boyutlarında tanımladıkları ama daha çok kıymet verilmesi gereken bir olgu olduğuna vurgu yaptıkları görülmektedir. Bu durum öğretmen adaylarının metaforlarda kullandıkları objelerin aldıkları dersten etkilendikleri kadar, yaşadıkları çevreden de önemli izler taşıdığını göstermektedir.

4. 2. Öneriler

Çalışmamız, metafor analizi tekniği konusunda yapılacak olan başka çalışmalara örnek olup kaynak özelliği taşıyabilir.

Öğretmen adaylarının ürettikleri metaforlar üzerine yorum yapılarak, konuyu zihninde nasıl yapılandırdıkları, söz konusu kavrama hangi anlamları ifade ettikleri ortaya çıkarılabilir. Böylelikle öğretmen adaylarının kavram yanlışlığı olup olmadığı fark edilip, düzeltilebilir. Cinsiyet bazında ise erkek öğretmen adaylarının katılımı arttırılabilir.

Bu araştırma, gelecekte toplumda önemli roller üstlenecek olan sınıf öğretmeni adaylarının, çevreyi nasıl algıladıklarını ortaya koymaktadır. Öğretmenler, öğrencilere öğretecekleri kavramları ve konuları nasıl öğretecekleri üzerine derin bir şekilde düşünmektedirler. Öğretmenin düşüncelerini, algı yapısını metafor sayesinde geliştirmek mümkündür. Yenilikçi anlayışı benimseyen öğretmenlerimizin metafor kullanımları ile bakış açıları gelişmektedir. Bu bağlamda sınıf öğretmeni adaylarına yönelik yapılan metafor çalışmaları düşünce, beceri, algı düzeylerinde etkin rol oynamaktadır. Benzer çalışmaların farklı disiplinlerde, farklı alanlarda, farklı seviyelerde katılımcılara sahip örneklerde uygulanması önerilebilir.

KAYNAKÇA

Arık, S. ve Yılmaz, M . (2017). Fen bilimleri öğretmen adaylarının çevre sorunlarına yönelik tutumları ve çevre kirliliğine yönelik metaforik algıları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 25(3), 1147-1164.

Arslan, M. ve Bayrakçı, M. (2006). Metaforik düşünme ve öğrenme yaklaşımının eğitim-öğretim açısından incelenmesi. *Millî Eğitim Dergisi*, 171, 100-108.

Atalay, İ. (2004). *Doğa bilimleri sözlüğü*. İzmir: Meta Basımevi.

Ateş, M., ve Karatepe, A. (2013). Üniversite öğrencilerinin “çevre” kavramına ilişkin algılarının metaforlar yardımıyla analizi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 1327-1348.

- Aydın, F. (2010). Ortaöğretim öğrencilerinin coğrafya kavramına ilişkin sahip oldukları metaforlar. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimler Dergisi*, 10(3), 1293-1322.
- Aydın, S., ve Yalancı, S. G. (2013). Öğretmen adaylarının biyoloji kavramına yönelik metaforik algıları/pre-service teachers metaphorical perceptions towards biology. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(21), 209-223.
- Aydoğdu, E. (2008). *İlköğretim okullarındaki öğrenci ve öğretmenlerin sahip oldukları okul algıları ile ideal okul algılarının metaforlar (mecazlar) yoluyla analizi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.
- Berkes, F. ve Kışlalıoğlu, M. (1993). *Ekoloji ve çevre bilimleri*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Cameron, L. & Low, G. (1999). Metaphor language teaching, 33, 77-96.
- Corbett, E. & Connors, R. (1999). Classical rhetoric for the modern student (4th Ed.). *New York: Oxford University Press*.
- Coşkun, M. (2010). Lise öğrencilerinin "iklim" kavramıyla ilgili metaforları (zihinsel imgeleri). *Turkish Studies International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 5(3), 919-940.
- Çelikkaya, T., ve Seyhan, O. (2017). Sosyal bilgiler öğretmenlerinin ve öğretmen adaylarının evrensel değerlere ilişkin metafor algıları. *E-Uluslararası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 8(3), 65-87.
- Doğan, Y. (2017). Ortaokul öğrencilerinin çevre kavramına ilişkin sezgisel algıları: bir metafor analizi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 721-740.
- Doğru, M. ve Saraç, E. (2013). İlköğretim öğrencilerinin küresel ısınma kavramı ile ilgili metaforları. *Global Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 92-103.
- Eilam, B. (2009). The secrets of successful veteran biology teachers: metaphors of evolution, regeneration, and adaptation. *Teachers and Teaching: Theory and Practice*, 15(4), 493-513.
- Erten, S. (2004). Çevre eğitimi ve çevre bilinci nedir, çevre eğitimi nasıl olmalıdır?. *Çevre ve İnsan Dergisi, Çevre Ve Orman Bakanlığı Yayın Organı*.65-66, 1-13.
- Forceville, C. (2002). The Identification of target and source in pictorial metaphors. *Journal of Pragmatics*, 34(1), 1-14.

- Güven, E. (2014). Fen ve teknoloji öğretmen ve öğretmen adaylarının çevre eğitimine ilişkin metaforik algıları. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3 (3), 26-37.
- İbret, Ü. ve Aydınöz, D. (2011). İlköğretim 2. kademe öğrencilerinin “dünya” kavramına ilişkin geliştirdikleri metaforlar. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 19(1), 85-102.
- Karataş, A., ve Aslan, G. (2012). İlköğretim öğrencilerine çevre bilincinin kazandırılmasında çevre eğitiminin rolü: Ekoloji temelli yaz kampı projesi örneği. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 4(2), 259-276.
- Kaya, H. (2010). Metaphors developed by secondary school students towards “earthquake” concept. *Educational Research and Review*, 5 (11), 712-718.
- Mertol, H., Doğdu, M., ve Yılar, B. (2013). Üstün zekâlı ve yetenekli öğrencilerin sosyal bilgiler dersine ilişkin metaforik algıları. *Üstün Yetenekli Eğitimi Araştırmaları Dergisi*, 1(3),176-183.
- Moser, K. S. (2000). Metaphor analysis in psychology—Method, theory, and fields of application. In *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research* (Vol. 1, No. 2).
- Öztürk, Ç. (2007). Sosyal bilgiler, sınıf ve fen bilgisi öğretmen adaylarının “coğrafya” kavramına yönelik metafor durumları. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(2), 55-69.
- Saban, A. (2004). Giriş düzeyindeki sınıf öğretmeni adaylarının “öğretmen” kavramına ilişkin ileri sürdükleri metaforlar. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2 (2), 131-155.
- Saban, A. (2009). Öğretmen adaylarının öğrenci kavramına ilişkin sahip olduğu zihinsel imgeler. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(2), 281-326.
- Sezgin, Z. Ç. (2016). Öğretmen adaylarının ve ilköğretim öğrencilerinin kitap kavramına ilişkin metaforik algıları. *Uluslararası Eğitim Araştırmaları Kongresi*. Çanakkale.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

REKLAMLARDA ÜNLÜ VE MARKA ARASINDAKİ UYUMUN TÜKETİCİLERİN SATIN ALMA NİYETİNE VE MARKA SADAKATİNE ETKİSİ

Ali AHMEDOV

Selçuk Üniversitesi

Yüksek Lisans Öğrencisi

ali.ahmedov661 @yahoo.com

Orcid No: 0000-0003-0681-9095

Öz

Bu çalışmanın yapılmasındaki en önemli etken, reklamlarda ünlü kullanımı stratejisinin sadık tüketiciler ve hedef kitle üzerindeki etkilerini daha iyi anlayabilmek ve markalaşmayı daha üst seviyeye taşıyabilmektir. Araştırmanın temel amacı, Türkiye’de yayınlanan reklamlardaki ünlü kullanımı zamanı, ünlü ve marka arasındaki uyumun, tüketicilerin satın alma niyetini ve marka sadakatini ne yönde etkilediğini bulmak ve marka sadakatinin satın alma niyeti üzerindeki gücünü incelenmektir.

Örneklem olarak, Konya Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde, 2018-2019 öğretim yılı içerisinde eğitim alan öğrenciler seçilmiş ve kolayda örnekleme yöntemiyle belirlenen katılımcılara anket çalışması yapılmıştır. Araştırmadan elde edilen veriler kullanılarak çalışmanın amacına yönelik istatistiki analizler gerçekleştirilmiştir.

Araştırma sonucunda, reklamlarda rol alan ünlü ve marka arasındaki uyumun tüketicilerin satın alma niyeti ve marka sadakati üzerinde önemli bir etkileme gücüne sahip olduğu tespit edilirken, aynı zamanda müşterilerde oluşan bağlılık sonucu ortaya çıkan marka sadakatinin de satın alma niyetini pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Yani söz konusu markanın, reklamında kullanmak üzere seçtiği ünlünün tüketici tarafından bilinirliğinin yanı sıra marka imajına ve kişiliğine uyumunu da çok dikkatli bir şekilde analiz ederek pazarlama sürecine devam etmesi gerekmektedir. Bu konunun önemi çalışmanın bulgularında açık bir şekilde görülmektedir.

Son dönemlerde dünyada ve ülkemizde ünlü kişilerin gelirinin büyük bir kısmını bu tür marka reklamlarının oluşturması, bahsi geçen pazarlama yöntemine markaların çokça değer verdiğinin göstergesidir. Kapsamlı bir literatür taraması yapılırsa, daha önce söz konusu alana yönelik bu çalışmada incelenen değişkenlerin bir araya gelerek araştırma konusu olmuş uygulamalara az rastlandığı görülebilir. Buna rağmen ise markalar bu tür büyük reklam yatırımlarını akademik çalışmalardan destek alarak yapmanın daha güvenli bir strateji olduğunu bilmektedirler. Sonuç olarak literatürde bu değişkenlerin bir arada incelendiği bir çalışmanın yer almasının işletmelerin markaları için yapacakları reklam yatırımlarında daha akıllı hareket edebilmelerine büyük olanak sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca çalışma

gelecekteki araştırmalarda referans olarak kullanılabilir nitelikte olup, ana kütlenin geniş tutulması halinde daha farklı sonuçların elde edilebileceğini de savunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ünlü-Marka Uyum, Satın Alma Niyeti, Marka Sadakati

THE EFFECT OF CELEBRITY - BRAND CONGRUENCE IN COMMERCIALS ON CONSUMER BUYING INTENTION AND BRAND LOYALTY

Abstract

The most important factor in implementing this study is to better understand the possible effects of using famous people in commercials from point of view consumer or target audience and increase the branding to a higher level. The main objective of this study is to find out how celebrity -brand congruence effects consumer purchase intent and brand loyalty in commercials which are being placed in Turkey and also to analyze power of brand loyalty over purchase intention.

As a reference, based on selection among the students of Konya Selcuk University Faculty of Economics and Administrative Sciences during 2018-2019 academic year and a survey has been conducted among participants who were determined by the help of convenience sampling method. Based on the research data, statistical analyzes were carried out which also served the purpose of this study.

As a result of the research, it was found that celebrity-brand congruence has a significant influence on consumers' buying intention and brand loyalty. Furthermore, customers' reliability or sense of belonging which created the notion of brand loyalty affected the purchase intent positively as well. In order to continue marketing course, not only the brand should take into account reputation of the celebrity who has been selected to represent the brand in commercial, but it also should stay focused on brand image and personality scrutinizing process. Otherwise, risky situations such as loss of customers are unavoidable. The importance of this issue is clearly seen in the findings of the study.

Since the attention to this topic is not satisfactory in academic literature, brands are making large investments to marketing method of "commercials with celebrity" without relying on strong studies. Therefore, sometimes aforementioned investments can not achieve desired feedback. Adding this kind of study to academic literature not only brings academic contribution to the marketing field, but it also provides businesses with a great opportunity in order to act more consciously for their brands. In addition, the study can be used as a reference in future researches, and it also claim that different results can be obtained if the main mass is kept wide.

Keywords: Celebrity/Brand Congruence; Purchase Intention; Brand Loyalty

GİRİŞ

Teknolojinin etkilediği birçok alan gibi reklam kültürü de sürekli değişime uğrayıp güncellenmiştir. Bu güncellenmelerin çağımızdaki son aşamalarından birisi de marka yüzü olacak ünlülerin reklamlarda kullanılmasıdır. Reklamcılığın bu kullanım şekli 21. yüzyıldan başlayarak günümüze kadar artık üst seviyelere ulaşmıştır. Lüks markaların artış göstermesi ve bütün işletmelerin güçlü yatırımlar yaparak bu reklam yönteminden faydalanmak istemesi, literatürde bu alana dikkatin daha fazla yönelmesine de sebep olmuştur. Dolayısı ile araştırmanın yapılmasındaki en büyük etken de işletmelerin artık “reklamlarda ünlü kullanımı” gibi büyük marka pazarlaması yatırımları yaparken daha fazla akademik bilgilere dayanarak hareket etmeyi tercih etmeleridir.

Çalışmanın bu kapsamda hem akademik anlamda alana vereceği önemli destek hem de işletmelerin bu tür marka pazarlama araçlarından olan reklamlar için daha akıllı yatırım yapmalarına verebileceği katkısı göz önünde bulundurulduğu zaman, literatürdeki önemi daha iyi anlaşılacaktır.

Markaların hem faydacı hem de kültürel anlamlarını tüketicilere ulaştırmayı hedefleyen reklamların, hedef kitlede çeşitli rutinleri, tutum ve eylemleri farklılaştırarak ve bütün bunları marka imajını başarılı bir şekilde oluşturarak uyguladıklarından söz edilebilir. Söz konusu reklamların bu amacı başarılı uygulayabilmek için genellikle seçtiği yöntemlerden birinin de kitleler tarafından tanınan kişilerin kullanımı olduğu görülmektedir. Hedefteki müşterilerin reklam videosunda veya posterinde kullanılan ünlü ile ilgili pozitif veya negatif bir düşüncesinin olması, aynı müşterilerin reklama karşı da iyi veya kötü bir tavır almasını ve zihinlerinde belirli bir imaj oluşmasını sağlamaktadır. Kişilerin söz konusu reklamlara reaksiyon olarak verdikleri tepkilerin farklılıkları, aynı kişilerin markayla ilgili tutum ve geri dönüşlerinde de farklılıklara yol açabileceğini göstermektedir. Yapılan çalışmanın esas amacı bu reklamlarda ünlü ve marka arasındaki oluşabilecek herhangi bir uyumun/uyumsuzluğun tüketicilerde ve hedef kitlede doğuracağı sonuçları incelemektir.

Reklamlarda ünlü kullanımının, müşteri üzerindeki bu gibi mühim etkilerinin dikkate alınması sonucunda, çalışmada ünlü ve marka uyumunun tüketici üzerindeki etkileri birçok farklı açıdan incelenmiştir. Ve aynı zamanda, erkek ya da kadın tüketicilerin tepkileri ve ünlü- marka uyumuna bakışları da ayrıca araştırılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişki hakkında veri elde etmek için anket yöntemi kullanılmıştır. Verilerin toplanmasında kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenen bir örneklemden faydalanılmıştır. Anketler ise demografik sorular ve geçerliliği ile güvenilirliği daha önce test edilip onaylanmış 3 ayrı ölçek olmak üzere toplam 17 sorudan oluşturulmuştur. Sonuçlara anketler vasıtasıyla toplanan verilere dayalı olarak SPSS (Statistical Package for Social Sciences) programı ile çeşitli istatistikî analizler yapmak suretiyle ulaşılmıştır. Hipotezler arasındaki ilişkiyi ölçen istatistikî analizlerden (Regresyon, Korelasyon vb.) çıkan sonuçlar tablolar halinde yorumlanmıştır. Literatür taraması, araştırmanın metodolojisi, bulgular ve sonuçlar ilerleyen bölümlerde detaylı bir şekilde ele alınarak okuyucuya aktarılacaktır.

1. LİTERATÜR ÖZETİ

1.1 Reklamlarda Ünlü Kullanımı ve Marka Arasındaki Uyum

Reklam, seçili ve belirli bir kaynak tarafından gönderilen; bir örgüt, ürün, hizmet veya bir düşünce, proje ile ilgili, şahsi algılanmayacak ve ücreti karşılığında sergilenen bir iletişim şeklidir (Eser, Korkmaz, & Öztürk, 2011). Literatürdeki bu tip reklam tanımlarına ve özelliklerine dikkatlice bakıldığında onun iletişim kurarken gerekli bütün faktörlere sahip olduğu kolaylıkla görülür. Esas olarak da hedef kitle iletişimi ve ikna edici iletişim türleri reklamda geçerli olan en önemli kavramlardır.

Bir markayı tüketicilere açıkça tanıtarak, satın alma niyetlerini pozitif yönde etkilemenin en önemli yollarından birisi reklamdır. Teknolojinin bu denli hızlı ve derin kullanımı sonucu olarak, markaların reklam felsefelerinde de güçlü değişimler yaşanmıştır. Reklamlara ünlü kişileri dahil ederek tüketiciyi yönlendirme yöntemi de bu değişimlerden bir tanesidir.

Ünlüler, toplumun bildiği ve çoğu zaman çekicilik, etkileyicilik bazen de güvenilirlik gibi çoğu insanın sahip olmak isteyeceği özellik veya karakterleri olan kimselerdir (Gupta & Kishore, 2015). Genelde ünlü, reklamında oynadığı markanın sektörü ile alakası olmayan alanlarda kendi başarısıyla kamuoyunun tanıdığı kişilerden seçilir (Sertoğlu, Çatlı, & Korkmaz, 2014). Bu tip marka reklamlarında ünlü kullanımı sürecine, oldukça üst bir fiyat-üretim dengesi ve çok fazla tüketici kapasitesi olan markalarda daha çok denk gelinir (Malik & Guptha, 2014). Reklamda kullanılan ünlü kişi kavramı; hedef kitle tarafından yeterince tanınan ve reklamını yapacağı ürünle aynı projede boy göstererek, kendi bilinirliğini söz konusu ürünün veya markanın lehine istifade eden şahıs olarak vasıflandırılmaktadır. Reklamlarda ünlü kullanımı dikkat çekme, marka kişiliği hakkında önemli işaretler verme ve tüketicilerin bilinçaltında kendine yer bulma gibi etmenlerin yanı sıra potansiyel müşteriyi ikna etme bakımından önem arz eder (Deneçli, 2015). Bu süreçte ünlüler ise karakteristik özelliklerini ve imajlarını reklamda temsil ettikleri markaya aktararak kendileri ile marka arasında bağlantılı bir imaj yaratarak gerekli mesajı tüketiciye ulaştırırlar. Kullanımın başarılı sonuç verebilmesi için ünlünün tüketiciye ulaştırması gereken üç farklı özellik; inanılabilirlik, çekicilik ve güçtür. *Inanılabilirlik* marka ile alakalı bilgi, beceri ve uzmanlıkla ifade edilir, *çekicilik* beğenilirliği, tanınırlığı ve ünlünün markaya benzerliğini temsil eder ve *güç*, alıcının satın alma davranışını yönlendirmesine olanak sağlar (Apoorv, ve diğerleri, 2016). Çoğu tüketici, sevdiği ünlülerin davranışlarını örnek alarak, hayallerindeki yaşamı, belirli imaj ve karakteri gerçekleştirebilmek adına motivasyon olarak kullanırlar. Bazen bu hayranlık, kendilerini söz konusu kişilere benzetmelerine, hatta onların yaşam tarzına olduğu gibi özenmelerine dahi yol açabilmektedir. Bu tip davranışlar ünlülerin giyinme, konuşma ve en çok da marka seçimlerini taklit etmeyi içerir. Böyle bir durum da reklamlar için ünlü kullanımının gücünü gösterir. Aslında markaların reklamlarını sunarken tanınmış kişilerin projelerinde boy göstermesindeki en önemli sebeplerden birisi de budur (Alsmadi, 2006).

Literatürdeki “ünlü kullanımı” çalışmaları ve araştırmaları temel olarak dört ana modele dayanır. Bunlar kaynak güvenilirliği (inanılabilirliği), kaynak çekiciliği, ürün-ünlü uyumu ve anlam transferi modelleridir.

Ünlü ve markanın oluşturduğu partnerlik, “uyum hipotezi” deyimi vasıtasıyla gösterilir. Çoğu mühim uyum çalışmalarının ana merkezi, ünlü ile marka partnerliğindeki fiziksel cazipliğe odaklı bir uyum şekli olmuştur (Till & Busler, 2000). Bir bütün olarak bakacak olursak, “uyum hipotezi” markanın reklamdaki partneri olacak ünlünün sahip olduğu çekiciliğin, söz konusu markanın imajı ile yakın bir tabana sahip olmasını savunmaktadır. Aralarında oluşacak büyük imaj ve çekicilik farklılıkları başarılı bir reklam faaliyetinin oluşmamasına neden olabilmektedir. Aynı zamanda bu kavram, reklamda boy gösteren bütün görsel simgelerin, diğer açık ve sözlü olarak yansıtılan kısımların tamamında yer verilen bilgilerden çok daha fazla etkili olacağını savunmaktadır. Dolayısı ile bu şekilde bilgi aktarımının daha çok tercih edilmesi gerektiğini tavsiye etmektedir (Kamins, 1990). Bu modele göre marka hususiyetleri ünlü tarafından yansıtılan imaja uygun ise kullanılan ünlü kişi, marka ve reklam temelli tutumları ve geri dönüşleri çok fazla iyileştirebilmektedir. Başka bir deyişle daha etkili bir reklam için ünlünün imajı ile ürün mesajının uyumlu olması gerekmektedir (Yıldırım, Boztaş, & Temizkan, 2014).

Heckler ve Childers (1992) ise çalışmalarında ürün ve ünlü arasındaki uyumda iki boyutlu bir oluşumdan bahsetmektedir. Bunlardan ilki; önceden seçilmiş marka tipi ile örtüştüğü durumda ürün ünlü ikilisinin beklenir olduğu, ikincisi ise; istenilen herhangi bir anlamı hedef kitleye başarılı şekilde yansıtarak markanın vermek istediği mesajın rahat ve güzel ulaşmasına bir faydada bulunulmuşsa da söz konusu partnerlik uyumlu olmaktadır demektir.

1.2 Satın Alma Niyeti

Müşterinin ürün satın alma sürecinde karar aşaması ile direkt bağlantılı olan satın alma niyeti, mevcut ve yeni ürünlerin satışlarının piyasada öngörülmesinde çok fazla kullanılmakta olup, işletmelerce satın alma niyeti ile bağlantılı olarak sürekli veri toplanmaktadır. Bu veriler sayesinde talep tahminleri düzenlenmekte ve bunlar ile ilgili yeni stratejiler oluşturulmakta ve aynı zamanda yeni kararlar edinilmektedir. Genel bir çerçeveden bakılacak olursa bir mal veya hizmeti satın alma eğilimi şeklinde isimlendirilebilecek olan satın alma niyeti, çoğu zaman müşterinin söz konusu ürünü ilerleyen zaman diliminde tedarik etmesi ile ilgili istekliliği bağlamında ölçülmüştür (Mutlu, Çeviker, & Çirkin, 2011). Bir başka deyişle, satın alma niyeti, tüketicinin çeşitli zaman aralıklarıyla herhangi bir markayı, malı veya hizmeti istediği ölçüde tedarik etmeyi planlaması şeklinde tanımlanabilir (Lin, Wu, & Chen, 2013). Satın alma niyetindeki, karar verilmesi sürecinde en mühim belirti isteklilik derecesidir. Satın alma niyeti; olumlu marka imajı, ürün kalitesi, ürün bilgisi, ürün niteliği, marka sadakati gibi bazı bağımsız değişkenlerden etkilenmektedir (Butt, 2013: 341).

Daha net ve kısa bir şekilde tanımlamak gerekirse; “kişinin satın alma niyeti, tamamen belirli bir marka, mal veya hizmeti satın almasındaki istek ve söz konusu faaliyete yatkınlığı ile alakalıdır” tanımı yapılabilir. Satın alma niyeti kapsamlı ele alındığında herhangi bir tüketicinin söz konusu ürünü satın alma olasılığı gibi çeşitli konulara da aydınlık getirilebilmektedir. Amos (2008) ise, reklamlarda veya pazarlama sürecinde marka ve ünlü kişi partnerliğine karşı müşteride oluşacak olumlu tutumun, aynı kişinin markayı satın alma niyetindeki iyileşme şeklinde geri dönüş yaratacağını öne sürmektedir. Bu düşünceleri

destekler nitelikte çok fazla araştırma bulmak mümkündür. Literatür incelemesi yapıldığında, çeşitli çalışmaların, kişinin markaya karşı tutum ve davranışlarının, satın alma niyeti üzerine etkisinin ciddi derecede olumlu geri dönüşler yarattığını da savunduğu görülmektedir. (Armağan & Gürsoy, 2017)

1.3 Marka Sadakati

Sektöründe en iyi şekilde kendini markalaştıran işletmelerin sıradaki adımı, en az markanın yaratılması kadar önem taşıyan marka sadakatinin oluşturulmasıdır. Öncü markaların en büyük özellikleri de kendilerine bağlı müşterileridir (Uztuğ, 2002). Genel bir ifade ile marka sadakati, “tüketicinin markaya olan inancının gücü” dür.

Tüketici ve marka arasındaki ilişkide duygusallığın ilerlemesi neticesinde, müşterinin birçok marka içinden sadece bir markaya sadık olması ve fiyat olarak ya da promosyonel kampanyalar sayesinde diğer markaların daha uygun ürünlerini bulabilme imkânı olsa bile bu markayı bırakmadan, satın almaya devam etmesi marka sadakatinin en büyük göstergesidir. Özellikle Wood (2004) gibi bazı çalışmalarda marka sadakati hakkında, “tek ya da birçok marka içinden, psikolojik aşamanın bir fonksiyonu olarak, karar alma öğeleri tarafından, yine tek ya da daha fazla markaya karşı olan uzun süreli davranışsal meyildir” gibi tanımlamalar yapılmıştır. Bundan başka ise literatürde; bir müşterinin markaya yönelik izafi davranışları ve sürekli tüketen kişi olma arasındaki bağın şiddeti (Dick & Basu, 1994); müşterinin markaya yönelik devamlı gösterdiği pozitif tavır ve tekrar satın alma davranışı (Yoo & Chang, 2005); müşterinin tedarik ederek kullandığı markadan ve söz konusu markanın gösterdiği hizmetten tatmin olması sebebiyle aynı markayı tekrar satın almaya yönelik şiddetli eğilimi (Chang & Chieng, 2006); tüketicinin markanın ürününe fiyatından daha fazla ödemeye hazır olması (Kurtoğlu & Sönmez, 2016) gibi tanımlamalara da yer verilmiştir.

Bireyler satın alma yaparken onları etkileyen çevresel faktörlerin yanında soyut olarak etkilendikleri kavramlardan biri de marka sadakatidir. Markalar var olan sabit müşterilerinin sürekliliğini hedefleyerek onları ellerinde tutmak için durmaksızın yeni stratejiler geliştirirler. İstediklerini müşterilerine uygulayabilmeleri durumunda, tüketicilerin öncelikle belirli bir markaya veya en azından bir ürüne duyulan güvenme hissi artmış olmakla beraber aynı zamanda söz konusu markayı satın alma niyetleri de artış gösterecektir. Sonuç olarak, satın alma eylemi ve eğilimi süreklilik seyredecektir. Buradan yola çıkılacak olursa, tekrar satın alma davranışına marka sadakatinin çok güçlü ve olumlu bir etkisi bulunmaktadır (Çeçen & Sağlam, 2016).

Watson ve arkadaşları (2015) gibi birçok araştırmacının çalışmalarına bakıldığında sadakat; tutum, satın alma davranışı, ağızdan ağıza iletişim gibi karma bir yapıya sahiptir. Marka sadakati bütün bunların toplamında davranışsal sadakat ve tutumsal sadakat olarak iki önemli boyuta bölünmektedir. Davranışsal sadakat, satın alma yoğunluğu olarak tanımlanırken, tutumsal sadakat markaya yönelik olumlu konuşmalar ve geri dönüşler yani markayı diğerlerine önerme şeklinde tanımlanmaktadır (Karaca, 2010; Nam, Ekinci, & Whyatt, 2011).

Marka sadakati, ampirik çalışmalarda çoğunlukla bu iki genel kabul görmüş boyutlar kapsamında geliştirilmiş ölçeklerden faydalanılarak ölçülür. Bu bağlamda her iki boyutun da kendisine göre artı ve eksileri vardır.

Davranışsal ölçeklerin üstünlükleri; hakiki girdilere istinaden oluşmaları ve bu yüzden doğrudan şirketin performansı ile ilgili olmaları, zamanla gerçekleşen ve tekrar eden edimleri tespit ederek inceledikleri için rastgele bir ortamın oluşmasına müsaade etmemeleri, tutumsal girdilere kıyasla çok daha kolay veri elde etme sürecine sahip olmaları ve sayısal girdilerin yarattığı kıyaslama olasılığıdır. Davranışsal marka sadakati ölçeklerinin esas kısıtlı noktası ise sadakat ile tekrar satın alma davranışı arasındaki farkı yansıtmamalarıdır. Üstelik yalnızca geçmişte gerçekleşmiş verileri araştırırken, ileride oluşabilecek potansiyel satın alma davranışını incelemeyiz. Aynı zamanda, daha çok kısa süreli grafiksel gelgitlere karşı hassastırlar ve karar alan taraftan ziyade satın alan tarafı dikkate alırlar. Bu ölçeklerin hepsinden ziyade en büyük sınırlılıkları ise yalnızca markayı satın almış müşterileri baz almalarıdır. Yani markayı hiç tedarik etmemiş müşteriyi modelin içine almazlar (Demir, 2012).

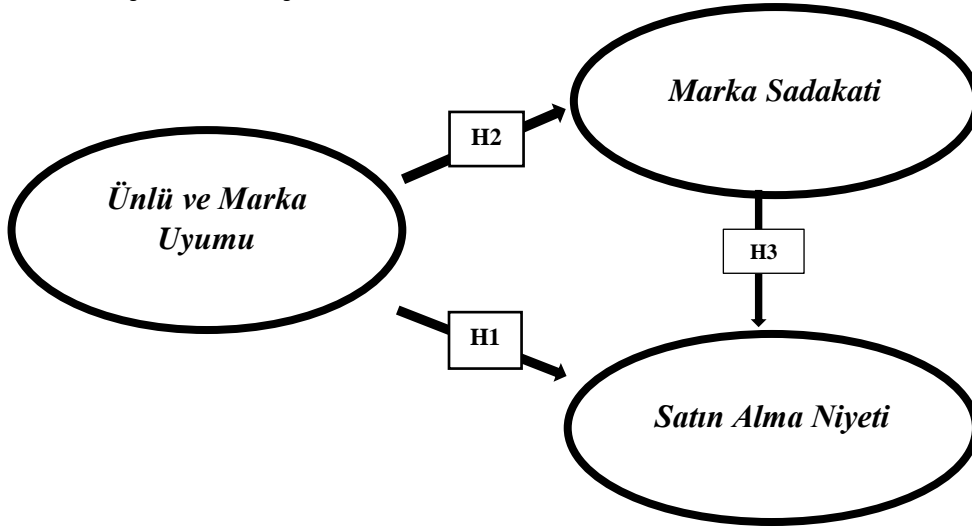
Bütün bunlara rağmen yapılan çalışmaların yıllar geçtikçe marka sadakatini açıklamakta yetersiz kaldığı düşünülmüştür ve bundan kaynaklı olarak araştırmacılar farklı bakış açıları geliştirmişlerdir. Literatürde ilk olarak marka sadakatinin ölçümünde tutumların da dikkate alınması gerektiğini belirten kişi Day (1969)'dir. Tutumsal marka sadakati kavramı bilişsel düşünce okulu çizgisinde yer alır. Psikolojik aşamaların, sadakate olan etkilerini ise daha çok bilişsel araştırmacılar dikkate alır ve önemli şekilde yansıtır.

İkisi arasında tutumsal marka sadakati ölçeklerinin üstün tutulduğu en esas noktalar; tutumsal marka sadakati ölçeklerinin sadık davranış ile tekrar satın alma arasında ayrımı dikkatlice uygulamaları, kısa süreli gelgitlere karşı o kadar da hassas olmayışları ve düzgün karar verme birimine erişebilmeleriyle, eksileri ise; tutumsal ölçüm oldukları için gerçek reaksiyonun veya davranışın tespit edilememesi, tutumlar gibi birçok başka faktörün satın alma karar mekanizmalarını olumsuz yönde etkilemeleri ve girdi toplamının yoruculuğudur.

2. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Araştırmanın bu kısmında ise örneklem olarak seçilen, Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin, çalışmadaki iki farklı ünlü ve marka iş birliğinden en son satın aldıkları veya en çok tercih ettiklerini seçerek cevapladıkları ifadelerden elde edilen veriler sayesinde yapılan istatistiksel analizler tablolar halinde sunulmuş ve sonuçlar yorumlarla açıklanmaya çalışılmıştır. Aynı zamanda, reklamlarda kullanılan ünlü ve marka arasındaki uyumun tüketicilerin satın alma niyeti ve marka sadakati üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla yapılan çalışmanın hipotezleri, yöntemi ve bulguları ile ilgili sonuçlar paylaşılmıştır. Ayrıca çalışmadaki bulguların istatistiksel açıdan anlamlılık düzeyi değerlendirilmiş ve hipotezlerin doğrulanıp doğrulanmadığı tespit edilmiştir.

2.1 Araştırmanın Modeli, Yöntemi ve Örneklemi

Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırmanın temel amacı, reklamlardaki ünlü marka uyumunun, tüketici üzerindeki etkisini ölçmek ve aynı zamanda bunun marka sadakatini ve satın alma niyetini ne yönde etkilediğini tespit etmektir. Bunlara ilave olarak ise araştırmanın alt amaçları kapsamında marka sadakatiyle tüketicinin satın alma niyeti arasında pozitif bir ilişkinin olup olmadığı ve demografik özelliklere göre oluşabilecek farklılıklar gibi konular da incelenmiştir. Çalışmada bilindik ve daha çok kullanılan tekstil markaları ve onların 2019 yılı için kullandıkları ünlü kişilerle reklamları kapsamında bir değerlendirme yapılmıştır. Hem kadın hem de erkek tüketicilere daha rahat hitap edebilmek için bir kadın (Bensu Soral - Koton), bir de erkek (Kıvanç Tatlıtuğ - Mavi) ‘marka-ünlü’ kreasyonu seçilmiştir. Öncelikle tüketicilere seçilmiş 2 markanın bu seneki ‘marka ve ünlü’ kreasyonlarının herhangi birisinden alışveriş deneyimi yapıp yapmadıkları sorulmuş, markalarla henüz deneyimi olmayan katılımcılar anket sorularına tabi tutulmamıştır.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinden oluşmaktadır. Fakültede yaklaşık 4000 öğrenci eğitim görmektedir. Öğrencilerin tamamına ulaşmanın zaman ve maliyet açısından zorluğu göz önünde bulundurularak, çalışma için ana kütleyi temsil edecek bir örneklem belirlenerek araştırma yapılmıştır. Örnek kütlenin belirlenmesinde (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2014) tarafından hazırlanan, belirli bir ana kütleyi temsil edecek örnek kütle rakamları tablosundan yararlanılmıştır. Bu bağlamda $\pm 0,05$ örnekleme hatası; $p=0,08$ (ana kütledeki X’ in gözlenme oranı) ve $q=0,02$ (ana kütledeki X’ in gözlenmeme oranı) olmak kaydıyla belirlenen örnek kütle sayısı 256’dır. Veri toplama sürecinde değerlendirmeye uygun 364 anket elde edilmiştir ve elde edilen örneklemin ana kütleyi temsil gücü vardır. Araştırmada örnekleme alınacak öğrencilerin oluşturulmasında kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kolayda örnekleme yöntemi kısa bir zamanda, yeterince fazla sayıda veriye hızlıca ulaşmak için kullanılmıştır ve bunun için en uygun yöntemlerden birisidir (Nakip & Yaraş, 2016).

Anket soruları, daha önceki çalışmalarda geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış ve araştırmanın amacına en doğru şekilde hizmet edeceği tespit edilen üç farklı ölçekten oluşmaktadır. 3 ifadeden oluşan “Ünlü ve Marka Uyumu” ölçeği için Fleck (2012) yaptığı çalışmadan yararlanılmıştır. 5 ifadeden oluşan “Marka Sadakati” ölçeği (Michael D. Johnson)’ un 2006 yılında yaptığı çalışmadan bu araştırmaya uyarlanmıştır. Son olarak araştırmada kullanılan, (William B. Dodds)’un 1991 yılında yayınladığı ve kendisinin geliştirdiği “Satın Alma Niyeti” ölçeği ise 5 ifadeden oluşmaktadır. Bunların dışında ise çalışma anketinde 4 demografik soru yer almaktadır. Demografik sorularla birlikte toplam 17 maddeden oluşan ankette sorular, 5’li Likert derecelendirmesi ile ölçeklendirilmiş olup ölçekte 1 hiç katılmıyorum ve 5 tamamen katılıyorum anlamındadır.

2.2 Araştırmanın Hipotezleri

H1:	<i>Ünlü ve marka arasındaki uyum ile tüketicinin satın alma niyeti arasında pozitif ilişki vardır.</i>
H2:	<i>Ünlü ve marka arasındaki uyum ile marka sadakati arasında pozitif ilişki vardır.</i>
H3:	<i>Marka sadakati ile tüketicinin satın alma niyeti arasında pozitif ilişki vardır.</i>

Araştırmanın hipotezleri literatür taraması yapılarak, çeşitli yerli ve yabancı çalışmalardan destek alınarak oluşturulmuştur. Bunlara örnek olarak, ilk iki hipotez için, ünlü ve marka arasındaki uyumu inceleyen bir model olan ve Kamins’in (1994) öne sürüp geliştirdiği ürün eşleşimi gösterilebilir. Bunun dışında hipotezleri oluştururken (Gaided & Ben Rached, 2017) ve (Fleck, Korchia, & Le Roy, 2012) gibi yabancı kaynaklardan da faydalanılmıştır. Yerli kaynaklardan ise bu konuda (Yıldırım, Boztaş, & Temizkan, 2014) ; (Armağan & Gürsoy, 2017) ; (Ahmedova & Jamontaite, 2017) gibi çalışmalardan yararlanılmıştır. Marka sadakati ve satın alma niyeti arasındaki ilişkiyi test eden hipotezin kurulması için yine yabancı kaynaklardan: (Michael D. Johnson, 2006) ; (Parasuraman, Zeithaml, & Malhotra, 2005) gibi çalışmalardan faydalanırken, yerli araştırmacılar ise (Yıldız & Koç, 2017); ve diğerlerinin çalışmalarından destek alınmıştır.

3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Bu bölümde araştırmaya ilişkin bulguların (Demografik, Marka Tercihleri ve korelasyon, regresyon) tablolarına yer verilmiştir.

3.1 Demografik Analiz

Tablo 1. Araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımı

Cinsiyet	Frekans (n)	Yüzde dağılımı (%)
Kadın	173	47,5
Erkek	191	52,5
Toplam	364	100

Tablo 2. Araştırmaya katılan katılımcıların yaşlarına göre dağılımı

Yaş	n	%
18-23	159	43,7
24-29	184	50,5
30-35	13	3,6
36-41	2	0,5
42-47	4	1,1
48-53	2	0,5
Toplam	364	100

Tablo.1’de katılımcıların %47,5’i kadın %52,5’i erkek; Tablo.2’de %43,7’si 18-23, %50,5’i 24-29, %3,6’sı 30-35, %0,5’i 36-41, %1,1’i 42-47 ve %0,5’i 48-53 yaş aralığındadır.

Tablo 3. Araştırmaya katılan katılımcıların medeni durumlarına göre dağılımı

Medeni durum	n	%
Evli	39	10,7
Bekar	325	89,3

Tablo 4. Araştırmaya katılan katılımcıların aylık gelirlerine göre dağılımı

Aylık Gelir (TL)	n	%
0-1000	112	30,8
1001-2000	95	26,1
2001-3000	94	25,8
3001-4000	32	17,3
Toplam	364	100

Tablo.3’te medeni durum dağılım gruplarının %10,7’si evli, %89,3’ünü bekarlar oluşturmaktadır. Tablo.4’te katılımcıların %30,8’ini 0-1000 TL, %26,1’ini 1001-2000 TL, %25,8’ini 2001-3000 TL, %8,8’ini 3001-4000 TL, %8,5’ini de 4001 TL ve üzeri gelire sahip katılımcılar oluşturmaktadır.

Tablo 5. Araştırmaya katılan katılımcıların marka tercihleri

Cinsiyet	Koton – Bensu Soral	Mavi – Kıvanç Tatlıtuğ	Her İkisi
Kadın	130	40	3
Erkek	59	129	3
Toplam	189	169	6

Tablo 5’te cinsiyete göre marka tercihleri yer almaktadır. Tablonun incelenmesiyle Kadın katılımcıların %75’i “Koton – Bensu Soral” yanıtını, %23’ü “Mavi – Kıvanç Tatlıtuğ” yanıtını %2’si de her ikisini de yanıtını vermiştir. Erkek katılımcıların ise %31’i “Koton – Bensu Soral” yanıtını %68’i “Mavi – Kıvanç Tatlıtuğ” yanıtını ve %1’i de her ikisi yanıtını vermiştir.

3.3 Güvenilirlik

Araştırmada kullanılan ölçekler için gerçekleştirilen güvenilirlik analizinin sonuçları Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 6. Ölçeklerin güvenilirlik ilişkileri

Ölçek	Ölçüm aralığı	Madde sayısı	Cronbach Alfa Katsayısı
Ünlü ve Marka Uyumu	5’li ölçek (1-5 arası)	3	0,948
Marka Sadakati	5’li ölçek (1-5 arası)	5	0,882
Satın Alma Niyeti	5’li ölçek (1-5 arası)	5	0,861

Tablo 9 incelendiğinde, çalışmada kullanılan ünlü ve marka uyumu 0,948 ile güvenilirliğinin yüksek seviyede olduğu, marka sadakati 0,882 ile güvenilirliği yüksek seviyede olduğu, satın alma niyetinin de 0,861 ile güvenilirliğinin yüksek olduğu görülmektedir. Söz konusu üç ölçeğin de güvenilirlik katsayılarının 0,70’in üzerinde olması sonucu ölçeklerin soruları arasında tutarlılığın olduğu söylenebilir.

3.4 Ortalama ve Standart Sapma

Tablo 7. Ünlü ve marka uyumu ölçeğine ait istatistikler

Ünlü ve Marka Uyumu Ölçeği	Ortalama	Standart Sapma
Bu marka ve ünlü birbirine çok uyumludur	3,802	1,1424
Bu marka ve ünlü çok iyi eşleşmiştir	3,841	1,1168
Bence ünlü, bu marka için çok uygundur	3,681	1,4015
Cronbach alfa katsayısı	0,948	

Ortalamanın 3,841 ile en yüksek elde edilen 2. maddede “Bu marka ve ünlü çok iyi eşleşmiştir” ifadesi, 1. maddede yer alan “Bu marka ve ünlü birbirine çok uyumludur” ifadesi ise 3,802 ortalamasıyla ikinci sırada “Bence ünlü, bu marka için çok uygundur” ifadesi de 3,681 ortalamasıyla üçüncü sırada yer almaktadır.

Tablo 8. Marka sadakati ölçeğine ait istatistikler

Marka Sadakati Ölçeği	Ortalama	Standart Sapma
Bir dahaki sefere kesinlikle aynı markadan alışveriş yaparım	3,885	1,0139
Bu markadan aldığım ürünü kaybetsem yine aynısını alırım	3,390	1,2863
Herhangi bir markanın ürününü parasız alma imkânım olsa yine bu markadan alırdım	2,887	1,2861
Bu markayı başkalarına öneririm	3,857	,9994
Bu marka hakkında diğer insanlarla konuşurum	3,549	,9213
Cronbach alfa katsayısı	0,882	

Tablo 11'deki analiz verilerinin incelenmesiyle ortalamaların sırasıyla 3,885-3,390-2,887-3,857-3,549 olarak görülmektedir. Bu ortalamaların ifadelerinin sıralanması ise, “Bir dahaki sefere kesinlikle aynı markadan alışveriş yaparım”, “Bu markadan aldığım ürünü kaybetsem yine aynısını alırım”, “Herhangi bir markanın ürününü parasız alma imkânım olsa yine bu markadan alırdım”, “Bu markayı başkalarına öneririm” ve “Bu marka hakkında diğer insanlarla konuşurum” şeklindedir. Ortalama değerlerinin incelenmesiyle değerler her soru için yakın seviyede çıkmıştır dolayısıyla birbirleri ile ilişkili olduğu söylenebilir.

Tablo 9. Satın alma niyeti ölçeğine ait ilişkiler

Satın Alma Davranışı Ölçeği	Ortalama	Standart Sapma
Bu markadan ürün satın alma ihtimalim güçlüdür	3,788	,7691
Bu markadan bir ürün alacak olsaydım, bu ürünü olduğu gibi almayı düşünürdüm	3,228	1,0680
Bu markadan ürünü gösterilen fiyatlarla, almaya razıyım	3,247	1,0650
Bu markayı satın almayı düşünme ihtimalim çok yüksektir	3,967	1,0145
Bu markayı satın alma eğilimim çok güçlüdür	3,571	1,3060
Cronbach alfa katsayısı	0,861	

Tablo 12'deki analiz sonuçlarına göre 3,967 ortalama ile “Bu markayı satın almayı düşünme ihtimalim çok yüksektir” ifadesi birinci sırada, 3,788 ortalama ile “Bu markadan ürün satın alma ihtimalim güçlüdür” ifadesi ikinci sırada, 3,571 ortalama ile “Bu markayı satın alma eğilimim çok güçlüdür” ifadesi üçüncü sırada, 3,247 ortalama ile “Bu markadan ürünü gösterilen fiyatlarla, almaya razıyım” ifadesi dördüncü sırada ve 3,228 ortalama ile “Bu markadan bir ürün alacak olsaydım, bu ürünü olduğu gibi almayı düşünürdüm” ifadesi beşinci sırada yer almaktadır.

3.5 Faktör Analizi

Çalışmada elde edilen verilerin açıklayıcı faktör analizine uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett testi ile açıklanabilir (Büyüköztürk, 2010). Kaiser-Meyer Olkin değerinin $KMO > 0.5$, Bartlett değerinin ise $sig < 0.05$ şeklinde çıkması, ölçeklerde yer alan her değişkenin, diğer değişkenlerce mükemmel bir şekilde tahmin edilebileceği manasına gelir. KMO testinin sonucunda, elde edilen değer $0,50$ 'den düşük olması durumunda faktör analizine devam edilemez (Şener Büyüköztürk, 2012)

Tablo 10. Ürün ve marka uyumu ölçeği için faktör analizi

Ürün ve Marka Uyumu Ölçeği	Faktör Analizi
Bu marka ve ünlü birbirine çok uyumludur	,919
Bu marka ve ünlü çok iyi eşleşmiştir	,937
Bence ünlü, bu marka için çok uygundur	,896
Açıklanan varyans (%)	91,741
Cronbach alfa katsayısı	0,948

KMO: 0,766, Bartlett Testi: 1169,873, $p < 0,001$

Tablo 13'teki verilere göre $KMO = 0,766 > 0,50$ olduğundan dolayı veri setinin faktör analizi için uygun olduğu söylenebilir. Bir diğer Test ise Tabloda görülen Bartlett testidir. Bartlett testinin sonucuna göre $p < 0,001$ 'dir. Bu sonuç bize değişkenlerin ilişkilerinde yüksek korelasyonların olduğunu göstermekte ve veri setinin faktör analizi için uyumlu olduğunu yansıtmaktadır.

Tablo 11. Marka sadakati ölçeği için faktör analizi

Marka Sadakati Ölçeği	Faktör Analizi
Bir dahaki sefere kesinlikle aynı markadan alışveriş yaparım	,673
Bu markadan aldığım ürünü kaybetsem yine aynıısını alırım	,754
Herhangi bir markanın ürününü parasız alma imkânım olsa yine bu markadan alırdım	,618
Bu markayı başkalarına öneririm	,769
Bu marka hakkında diğer insanlarla konuşurum	,649
Açıklanan varyans (%)	69,249
Cronbach alfa katsayısı	0,882

KMO: 0,815, Bartlett testi: 1070,832, $p < 0,001$

$KMO = 0,815 > 0,50$ olduğundan dolayı çalışmada kullanılan veri setinin faktör analizi için uygundur denilebilir. Bartlett testi sonucuna göre $p < 0,001$ 'dir. Bu sonuçta bize değişkenlerin

arasında yüksek korelasyonların olduğunu ve çalışmada kullanılan veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu açıklamaktadır.

Tablo 12. Satın alma niyeti ölçeği için faktör analizi

Satın Alma Niyeti Ölçeği	Faktör Analizi
Bu markadan ürün satın alma ihtimalim güçlüdür	,468
Bu markadan bir ürün alacak olsaydım, bu ürünü olduğu gibi almayı düşünürdüm	,615
Bu markadan ürünü gösterilen fiyatlarla, almaya razıyım	,679
Bu markayı satın almayı düşünme ihtimalim çok yüksektir	,743
Bu markayı satın alma eğilimim çok güçlüdür	,739
Açıklanan varyans (%)	64,876
Cronbach alfa katsayısı	0,861

KMO: 0,761, Barlett testi: 935,192, p<0,001

KMO=0,761> 0,50 olduğundan dolayı çalışmada kullanılan veri seti faktör analizi için uygundur denilebilir. Bartlett testinin sonucuna göre de p<0,001 'dir. Dolayısıyla bu sonuç bize değişkenlerin arasında yüksek korelasyonların olduğunu ve çalışmada kullanılan veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu açıklamaktadır.

3.6 Korelasyon ve Regresyon Analizi

Tablo 13. Katılımcılara gerçekleştirilen ölçeklerin arasındaki korelasyon ilişkisi

		Ürün ve Marka Uyumu	Marka Sadakati	Satın Alma Niyeti
Ünlü ve Marka Uyumu	Pearson korelasyon	1	,711**	,694**
	p		,000	,000
Marka Sadakati	Pearson korelasyon	,711**	1	,780**
	p	,000*		,000*
Satın Alma Niyeti	Pearson korelasyon	,694**	,780**	1
	p	,000	,000	

P<0,05

Yapılan korelasyon analizine göre ölçekler arasında pozitif anlamlı bir ilişki görülmektedir (p<0,05).

Söz konusu tablolar ‘Sonuç ve Değerlendirme’ bölümünde kapsamlı açıklamalarla yorumlanmıştır

Tablo 14. Ürün ve marka uyumunun marka sadakatine etkisi

Bağımsız değişken	R ²	Bağımlı Değişkenler	B	Standart Hata	t	F	p
Ünlü ve Marka Uyumu	,555	Marka Sadakati	,553	,072	7,729	224,924	,000

Oluşturulan model istatistiksel açıdan ünlü ve marka uyumuna göre anlamlı bulunmuştur (p<0,05). Buna göre ünlü ve marka uyumu, marka sadakatini pozitif yönde etkilemektedir.

Tablo 15. Ürün ve marka uyumunun satın alma niyetine etkisi

Bağımsız değişken	R ²	Bağımlı Değişkenler	B	Standart Hata	t	F	p
Ünlü ve Marka Uyumu	,567	Satın Alma Niyeti	,489	,077	6,321	225,832	,000

Oluşturulan model istatistiksel açıdan ünlü ve marka uyumuna göre anlamlı bulunmuştur (p<0,05). Buna göre ünlü ve marka uyumu, satın alma niyetini pozitif yönde etkilemektedir.

Tablo 16. Marka sadakatinin satın alma niyetine etkisi

Bağımlı Değişken	R ²	Bağımsız Değişken	B	Standart Hata	t	F	p
Marka Sadakati	,609	Satın Alma Niyeti	,843	,036	23,739	563,554	,000

Tablo 7'nin incelenmesiyle marka sadakatinin satın alma niyeti üzerine pozitif bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır marka sadakatindeki bir birimlik artışın satın alma niyeti üzerinde 0,60'luk bir artışa sebebiyet vereceği sonucuna ulaşılmıştır. (p<0,05).

SONUÇ VE DEĞERLANDİRME

Yapılan çalışmada hem kadın hem de erkek katılımcıların daha rahat yanıt vermelerini sağlamak için, seçenek olarak reklamında kadın ünlü kullanan bir tekstil markası ile erkek ünlü kullanan bir başka tekstil markası kullanılmıştır. Aynı zamanda seçilecek markaların, birçok açıdan herkesin kullanabileceği markalar olmasına önem gösterilmiştir. Araştırmanın sonuçlarına katılımcıların bu iki seçenekteki ünlü ve marka iş birliğinden en son satın aldıkları veya en çok tercih ettiklerini seçerek cevapladıkları ifadelerden elde edilen veriler sayesinde ulaşılmıştır.

Anket içerisinde katılımcılara sorulan Likert tipli 3 farklı ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliği hem daha önceki çalışmalarda kanıtlanmış hem de bu çalışmada tekrar analizlere tabi tutulmuştur. Sonuçlara göre ölçekler yeterli güvenilirliğe sahiptir.

Gerçekleştirilen anket çalışmasında, Ünlü ve Marka uyumu, Tüketicilerin Satın Alma Niyeti ve Marka Sadakati gibi değişkenlerin birbirleri ile anlamlı bir ilişki içerisinde olup olmadığının incelenmesi sonucu, istatistiksel olarak Ünlü ve Marka uyumunun diğer iki değişkenle (satın alma niyeti ve marka sadakati) arasında pozitif anlamlı bir ilişki görülmektedir. Aynı zamanda, marka sadakatinin etkilenmesinin tüketicilerin satın alma niyetinde de değişikliklere yol açabileceği kanısına varılmıştır. Dolayısı ile Marka Sadakati ve Satın Alma Niyeti arasında da pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Bu değerler dikkate alındığında ise katılımcıların büyük bir kısmının erkek ünlünün, kullanıldığı reklamda markayla arasındaki uyumu hakkında olumlu görüşe sahip oldukları görülmektedir. Diğer seçenek konusunda ise katılımcıların tam tersi yönünde fikir bildirdikleri söylenebilir. Yapılan Regresyon ve Korelasyon analizleri kapsamında, marka-ünlü uyumunun diğer değişkenler üzerine pozitif olan etkisi göz önünde bulundurulsa, Mavi ve Kıvanç Tatlıtuğ iş birliğinin söz konusu markaya müşteri sadakati ve satın alma niyetindeki pozitif geri dönüş olarak sonuç vermesi beklenir. Ayrıca araştırmadaki marka sadakatinin satın alma niyeti üzerindeki yine pozitif etkisinin bulunduğunu gösteren regresyon analizi kapsamında, bu iki işletmenin, markaya sadakat duygusu yüksek olan müşterilerinin alışveriş düzeylerinin de yüksek olduğu söylenebilir. Araştırmanın üç hipotezinin de çıkan bu sonuçlar doğrultusunda onaylandığı söylenebilir.

Bulgular sayesinde, markalar için reklamlarda ünlü kişileri marka yüzü olarak kullanmanın, onların sağlıklı rekabeti açısından önem taşıdığı söylenebilir. Müşterilerin sevdikleri, bazen ise idol olarak gördükleri ünlü kişileri taklit etme yönündeki eğilimleri gibi konuları ciddi şekilde dikkate almak ve bu doğrultuda seçilecek ünlüyü markanın imajına ve isteklerine uygun kişilerden tercih etmek, başarılı pazarlama faaliyeti sürecindeki en önemli noktalar olarak görülmektedir. Reklamda iletilmesi hedeflenen mesajın etkili olması ünlünün doğru seçilmiş olmasıyla doğru orantılıdır. Bu süreçte kullanılan doğru ünlü kişi, markanın akılda kalmasını, dolayısı ile marka sadakatini, markaya karşı tutumu ve müşterinin satın alma niyetini ciddi derecede olumlu yönde etkileyerek olumlu geri dönüşleri arttırmaktadır. Bu durum aynı zamanda davranış sürekliliğine de önemli ölçüde destek olur. Söz konusu pazarlama faaliyetinin başarılı bir şekilde sonlanması, müşterilerin markanın lehine olan seçimlere öncelik vermelerini sağlayabilirken, sürecin yanlış yönetilmesi ise müşteri kaybı gibi riskli durumların yaşanmasına sebep olabilmektedir.

Literatür üzerinde genel bir inceleme yapıldığında, ünlü ve marka uyumu, satın alma niyeti ve marka sadakati gibi faktörler genel olarak marka imajı, ünlü benzerliği, reklam ve marka vs. gibi konularla birlikte ele alınsa da bu üç değişkenin birbirleriyle olan ilişkileri başka çalışmalarda kapsamlı incelemeye tabii tutulmadığı söylenebilir. Bundan dolayı bu çalışmada, ünlü ve marka partnerliğini uyum açısından ve buna benzer birçok farklı açıdan inceleme gereği duyulmuştur. Bunun yanında, marka sadakati ve satın alma niyeti de kendi başlarına ele alınarak bu değişkenlerin birbirlerini ne yönde etkilediği kapsamlı bir şekilde incelenmiştir. Araştırmaların genelinde ünlü ve marka uyumu, marka sadakati ve satın alma

niyeti gibi değişkenlerin hep bir arada incelendiği ve aralarındaki ilişkinin yönü, şiddeti ve derecesinin ölçüldüğü çalışmalara ise yer verilmemiştir. Bu açıdan çalışmanın hem gelecekteki araştırmalara hem de genel olarak literatüre katkısının geniş olacağı düşünölmektedir.

Kapsamlı bir literatür taraması yapılırsa, daha önce söz konusu alana yönelik bu çalışmada incelenen değişkenlerin bir araya gelerek araştırma konusu olmuş uygulamalara az rastlandığı görölebilir. Buna rağmen ise markalar bu tür büyük reklam yatırımlarını akademik çalışmalardan destek alarak yapmanın daha güvenli bir strateji olduğunu bilmektedirler. Sonuç olarak literatürde bu değişkenlerin bir arada incelendiği bir çalışmanın yer almasının işletmelerin markaları için yapacakları reklam yatırımlarında daha akıllı hareket edebilmelerine büyük olanak sağlayacağı düşünölmektedir.

Araştırmanın sınırlılığı olarak seçilen örneklemin, Konya ilindeki Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin belirli kısmından oluşturulduğu gösterilebilir. İlerleyen dönemlerde bu başlıkla gerçekleştirilecek başka araştırmalarda, farklı sektör ve markalarla alakalı çekilen reklamlar ve tüketicilerin tutumları, reklam sonrasında markayla ilgili düşüncelerinin farklılıklarının incelenmesi önerilmektedir.

Ayrıca çalışma gelecekteki araştırmalarda referans olarak kullanılabilir nitelikte olup, ana kütlenin geniş tutulması halinde daha farklı sonuçların elde edilebileceğini de savunmaktadır.

KAYNAKÇA

Ahmedova, S., & Jamontaite, K. (2017). Reklamlarda Ünlü-Marka Uyumu, Ünlü-Tüketici Benzerliği ve Ünlüye Karşı Tutumun Marka Değerine Etkisi. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Cilt: 7 Sayı: 2*, 669-694.

Alsmadi, S. (2006). The power of celebrity endorsement in brand choice behavior: An empirical study of consumer attitudes in Jordan. *Journal of Accounting-Business & Management*, vol. 13, 69-84.

Apoorv, B., Gandhi, P., Jain, A., Dantara, V., Desai, K., Dholakiya, M., . . . Kanabar, H. (2016). Influence of celebrity endorsements on the consumer behavior for facial care product. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research*, vol. 2, no. 5, 219-235.

Armağan, E., & Gürsoy, Ö. (2017). Reklamlarda Ünlü Kullanımının Tüketicilerin Satın Alma Kararına Etkisi Üzerine Bir Araştırma . *Global Business Research Congress V.3 (112)*, 1043-1057.

Armağan, E., & Gürsoy, Ö. (2017). Reklamlarda Ünlü Kullanımının Tüketicilerin Satın Alma Kararına Etkisi Üzerine Bir Araştırma . *Global Business Research Congress*, 685-700.

Büyükoztürk, ř. (2010). *Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

Chang, P.-L., & Chieng, M.-H. (2006). Building Consumer-Based Relationship: A Cross-Custural Experiential View. *Psychology and Marketing*, Vol.23, No.11, 927-959.

- Clinton Amos, G. H. (2008). Exploring the relationship between celebrity endorser effects and advertising effectiveness . *International Journal of Advertising*, vol. 27, no. 2, 209-234.
- Çeçen, B., & Sağlam, M. (2016). Marka Güveni ve Marka Bağlılığının Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi: Akıllı Telefon Pazarında Bir Araştırma. *Journal of Research in Business & Social Science* 5(5), 34-43.
- Day, G. S. (1969). A Two-dimensional Concept of Brand Loyalty. *Journal of Advertising Research*, 9, 3, 29-35.
- Demir, M. Ö. (2012). Marka sadakatinin ölçülmesi: Niyete bağlı tutumsal ölçek ile satın alma sırasına dayalı davranışsal ölçeğin karşılaştırılması. *Istanbul University Journal of the School of Business Administration Cilt/Vol:41, Sayı/No:1*, 103-128 .
- Deneçli, C. (2015). Reklamlarda Ünlü Kullanımında Cinsiyetin Marka İmajı Üzerine Etkisi. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, vol. 11, no. 4, 337-350.
- Dick, A. S., & Basu, K. (1994). Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 99-113.
- Eser, Z., Korkmaz, S., & Öztürk, S. A. (2011). *Pazarlama Kavramlar - İlkeler - Kararlar. Gözden Geçirilmiş ve Güncellenmiş 2. Baskı*. Ankara: Siyasal Yayın.
- Fleck, N., Korchia, M., & Le Roy, I. (2012). Celebrities in Advertising: Looking for Congruence or Likability. *Psychology and Marketing*, Vol. 29(9), 651–662.
- Gaied, A. M., & Ben Rached, K. S. (2017). The Congruence Effect between Celebrity and the Endorsed Product in Advertising. *Journal of Marketing Management June 2017, Vol. 5, No. 1*, 27-44.
- George F. Watson, J. T. (2015). Building, Measuring and Profiting From Customer Loyalty. *Journal of the Academic Marketing Science*, 43 (6), 790-825.
- Gupta, M. A. (1994). Congruence between Spokesperson and Product Type: A Matchup Hypothesis Perspective. *Psychology & Marketing Volume 11, Issue 6*, 569-586.
- Gupta, R., & Kishore, N. (2015). Impact of celebrity endorsements on consumers' ad perception: A study of Indian consumers. *British Journal of Marketing Studies*, vol. 3, no. 8, 34-49.
- Kamins, M. A. (1990). "An Investigation into the 'Match.Up' Hypothesis in Celebrity Advertising: When Beauty May Be Only Skin Deep" . *Journal of Advertising*, Vol: 19, No:1, 4-13 .
- Karaca, Y. (2010). *Tüketici Satın alma Karar Sürecinde Ağızdan Ağıza Pazarlama*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Kurtoğlu, R., & Sönmez, A. T. (2016). Marka İmajı ve Marka Faydasının Marka Sadakati ve Pozitif Ağızdan Ağıza İletişim (Wom) Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 21, Sayı: 4, 1127-1138.

- Lin, C., Wu, Y.-S., & Chen, J.-C. V. (2013). Electronic Word-Of-Mouth: The Moderating Roles of Product Involvement and Brand Image. *Proceeding of 2013 International Conference on Technology Innovation and Industrial Management*, 29 - 47.
- Malik, G., & Gupta, A. (2014). Impact of celebrity endorsements and brand mascots on consumer buying behaviour. *Journal of Global Marketing*, vol. 27, 128-143.
- Michael D. Johnson, A. H. (2006). The Evolution of Loyalty Intentions. *Journal of Marketing Vol. 70* , 122–132.
- Mutlu, M., Çeviker, A., & Çirkin, Z. (2011). Tüketici Etnosentrizmi ve Yabancı Ürün Satın Alma Niyeti: Türkiye ve Suriye Üzerine Karşılaştırmalı Analiz. *Sosyoekonomi no. 1*, 51-74.
- Nakip, M., & Yaraş, E. (2016). *Pazarlama Araştırmalarına Giriş*. İstanbul: seçkin yayıncılık.
- Nam, J., Ekinci, Y., & Whyatt, G. (2011). Brand Equity, Brand Loyalty and Consumer Satisfaction. *Annals of Tourism Research*, 38 (3), 1009-1030.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotr, A. (2005). E-S-QUAL A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*, Volume 7, No. 3, 213-233.
- Sertoğlu, A. E., Çatlı, Ö., & Korkmaz, S. (2014). Examining the effect of endorser credibility on the consumers' buying intentions: An empirical study in Turkey. *International Review of Management and Marketing*, vol. 4, no. 1, 66-77.
- SUSAN E. HECKLER, T. L. (1992). The Role of Expectancy and Relevancy in Memory for Verbal and Visual Information: What Is Incongruity? *Journal of Consumer Research* 18(4), 475-92.
- Şener Büyükoztürk, G. Ş. (2012). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve Lisrel Uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Till, B. D., & Busler, M. (2000). The match-up hypothesis: Physical ttractiveness, expertise, and the role of fit on brand attitude, purchase intent and brand beliefs. *Journal of Advertising*, vol. 29, no. 3, 1-13.
- Uztuğ, F. (2002). *Markan Kadar Konuş-Marka İletişimi Stratejileri*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- William B. Dodds, K. B. (1991). Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluations . *Journal of Marketing Research*, Vol. 28, No. 3, 307-319 .
- Wood, L. (2004). Dimensions of Brand Purchasing Behaviour: Consumer in the 18-24 Age Group. *Journal of Product and Brand Management Volume4, Issue1*, 9-24.
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2014). *Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri* . Ankara: Detay Yayıncılık.

Yıldırım, M., Boztaş, R. K., & Temizkan, M. (2014). Reklamlarda kullanılan ünlü ve marka arasındaki uyumun ünlünün inanılabilirlik ve çekiciliğinin tüketicinin markaya karşı tutumuna etkisi. *Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Cilt:3 Sayı:1*.

Yıldız, E., & Koç, M. E. (2017). Marka Mirası ve Marka Güveninin Satın Alma Niyeti, Müşteri Tatmini Ve Marka Sadakati Üzerindeki Etkileri. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 21. Pazarlama Kongresi*, 50-62.

Yoo, S. J., & Chang, Y. J. (2005). An Exploratory Research on the Store Image Attributes Affecting Its Store Loyalty. *Seoul Journal of Business*, 11 (1), 19-41.