

**International  
Anatolian  
Social Sciences  
Journal**



**Uluslararası  
Anadolu  
Sosyal Bilimler  
Dergisi**

**YIL:2021, CİLT: 5, SAYI:2, ISSN: 2619-9425**

**AKADEMİK**

**HAKEMLİ**

**İNDEXLİ**

**ULUSLARARASI DERGİ**



## KÜNYE

**Editör:** Doç. Dr. Yusuf ARSLAN

**Editör Yrd.:** Dr. Filiz ÇELİK (İngiltere)

**İngilizce Dil Editörü:** Dr. Mehmet Sait Halim GENÇOĞLU  
Dr. Aytunç AYDIN

### AKADEMİK DANIŞMA VE HAKEM KURULU

Prof. Dr. Özkan YILDIZ

Prof. Dr. İlknur ÖNER

Prof. Dr. Rüstem ERKAN

Prof. Dr. Armand VOLKAS (California Institute)

Prof. Dr. Tom CHESSMEN (Swansea University)

Prof. Dr. Şükrü ASLAN

Prof. Dr. Seçkin AYDIN

Prof. Dr. Murat Cem DEMİR

Prof. Dr. Naciye YILDIZ

Prof. Dr. Mustafa AKSOY

Doç. Dr. Abdullah Mesut AĞAR

Doç. Dr. Ahmet İLYAS

Doç. Dr. Fatih YAZICI

Doç. Dr. Halil İbrahim AYDIN

Doç. Dr. Faiq ELEKBERLİ (Azerbaycan Milli İlimler Akademisi)

Dr. Tracey Maegusuku-Hewett (Swansea University)

Dr. Salwa El-Awa (Swansea University)

Dr. Kathryn Jones (Swansea University)

Dr. Jeff FARİS (University of South Wales)

Dr. Jeni WILLİAMS (University of Wales)

Dr. Kyle ERİCKSON (University of Wales)

Yazışmalar için e-mail adresi: [anadolusosyalbilimler@gmail.com](mailto:anadolusosyalbilimler@gmail.com)

**Kapak Resmi:** İnternet görseller sayfasından alınmıştır.

### İÇİNDEKİLER

1. GENÇ YETİŞKİN BİREYLERİN TOPLUMSAL CİNSİYET ROLLERİ İLE İLGİLİ TUTUMLARI: KUZEY KIBRIS GAZİMAĞUSA İLÇESİ ÖRNEĞİ Sayfalar 415 – 435 Araştırma Makale Çisem ERAY, Süheyla ÜÇİŞİK ERBİLEN
2. SANAT TARİHİ KAPSAMINDA KÜLTÜREL ETKİLEŞİM PROBLEMİ Sayfalar 436 – 449 Araştırma Makale Lale AVŞAR
3. ÇANKIRI'NIN KIZILIRMAK İLÇESİNDE “KINA GECESİ” VE “GELİN ALMA”GELENEĞİ ÜZERİNE Sayfalar 450 – 468 Araştırma Makale Şerife ÖZER, Tayyibe TÜRK
4. MÜELLİFİ BİLİNMEYEN BİR ESER: “RESÛL HAZRETİNE ŞEYTÂN ‘ALEYHİ’LLA’NE GELDÜĞİN BEYÂN İDER” Sayfalar 469 – 491 Derleme Makale Erdem SARIKAYA
5. IS IT POSSIBLE TO GET ABNORMAL RETURN UNDER THE ASSUMPTION OF CALENDAR ANOMALIES? Sayfalar 492 – 505 Araştırma Makale Ersin KANAT
6. KELKİT YÖRESİNDE KULLANILAN ATASÖZLERİNDEN ON SEKİZİ ÜZERİNE BİR İNCELEME Sayfalar 506 – 514 Araştırma Makale Ali ÇİÇEK
7. ETHICAL LEADERSHIP, SERVICE INNOVATION AND PSYCHOLOGICAL CAPITAL INTERACTION: A RESEARCH IN NEVŞEHİR HOTEL SECTOR Sayfalar 515 – 532 Araştırma Makale Ahmet Tuncay ERDEM
8. ÖYKÜDEN BEYAZ PERDEYE: “LADY MACBETH” Sayfalar 533 – 541 Derleme Makale Mehmet ÖZBERK
9. HEMŞİRELİK ÖĞRENCİLERİNE SİBER ZORBALIĞA YÖNELİK UYGULANAN GÖRSEL EĞİTİM, SİBER ZORBALIK EĞİLİMİNİ ETKİLER Mİ? Sayfalar 542 – 556 Araştırma Makale Cansu KOŞAR ŞAHİN, Esin SEVGİ DOĞAN, Dilan DENİZ AKAN, Ozden DEDELİ CAYDAM, Sezgi ÇINAR PAKYÜZ
10. ÖĞRETMEN ADAYLARININ FEN ÖĞRENME BECERİSİ, FEN OKURYAZARLIĞI VE SOSYOBİLİMSEL KONULARA YÖNELİK TUTUMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN ARAŞTIRILMASI Sayfalar 557 – 577 Araştırma Makale Evrim URAL, Can YOLAGİDEN
11. TÜKETİCİ YÖNLÜ SATIŞ GELİŞTİRME ÇALIŞMALARINDA ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK KULLANIMI Sayfalar 578 – 611 Araştırma Makale Betül ÖZKAYA
12. HEMŞİRELERİN KANITA DAYALI HEMŞİRELİK UYGULAMALARINA YÖNELİK TUTUMLARININ İNCELENMESİ Sayfalar 612 – 622 Araştırma Makale Esin SEVGİ DOĞAN, Aynur CİN, Hatice DEMİRAĞ, Meral FİDAN UÇAN
13. İSTANBUL SÖZLEŞMESİNİN, KADINA YÖNELİK ŞİDDETİ ÖNLEMeye ETKİSİNİN SİYASİ PARTİ KADIN KOLLARI ÜYELERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ Sayfalar 623 – 651 Araştırma Makale Fatih ZERE
14. YAZI TİPLERİNİN İLETİŞİM AÇISINDAN ÖNEMİ Sayfalar 652 – 664 Araştırma Makale Öznur IŞIR, Çiğdem TANYEL BAŞAR, Metin İNCE
15. MICHEL FOUCAULT’UN XIX. YÜZYILDA BİR AİLE CİNAYETİ ADLI ESERİNDE ANTI-KAHRAMAN ELEŞTİRİSİ Sayfalar 665 – 679 Derleme Makale Özlem ÖZEN, Meltem ERCİN
16. GÜNEY ÇİN DENİZİNDEKİ BÖLGESEL İHTİLAFLAR VE ÇİN’İN ASKERİ MODERNİZASYONU Sayfalar 680 – 698 Araştırma Makale Murat YORULMAZ
17. DERSİM ALEVİLİĞİNDE GÜNEŞ DUASI -Dini Sembol Minnet Sayfalar 699 – 706 Araştırma Makale Daimi CENGİZ
18. FARKLI KÜLTÜR VE İNANÇLARA SAHİP DESTİNASYONLARDA GASTRONOMİNİN ŞEKİLLENMESİ: KUZEY KIBRIS ÖRNEĞİ Sayfalar 707 – 719 Araştırma Makale Emel OSMANLAR, Nesrin MENEMENCİ
19. BİR KRİPTO PARA BİRİMİNİN PAZARDAKİ GELİŞİMİ VE KÜRESEL BİR MARKA OLMA HİKAYESİ: BİTCOİN ÖRNEĞİ Sayfalar 720 – 746 Araştırma Makale Ruhan İRİ
20. KUR’ÂN’DA MESLEK TASAVVURU ve AVCILIK MESLEĞİNE YAPILAN ATIFLAR Derleme Makale Sayfalar 747 - 769 Mehmet Eyüp ÖZBERK

**GENÇ YETİŞKİN BİREYLERİN TOPLUMSAL CİNSİYET ROLLERİ İLE İLGİLİ TUTUMLARI: KUZEY KIBRIS GAZİMAĞUSA İLÇESİ ÖRNEĞİ**

Uzman Çisem ERAY\*

Doç. Dr. Süheyla Üçışık ERBİLEN\*\*

**Özet**

Bu çalışmada Kuzey Kıbrıs'taki genç yetişkinlerin toplumsal cinsiyet rollerine yönelik tutumlarını saptamak ve bu tutumları etkileyen değişkenleri ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Araştırmada verilerin toplanması için Toplumsal Cinsiyet Algısı Ölçeği ve Demografik Bilgi Formu kullanılmıştır. Formlar katılımcılara internet aracılığıyla ulaştırılmıştır. Araştırmanın örneklemini Gazimağusa bölgesinde ikâmet eden 18-25 yaş aralığındaki kişilerden oluşturulmuştur. Çalışmaya toplamda 500 kişi katılmıştır. Katılımcılara kartopu örnekleme yöntemiyle ulaşılmıştır. Katılımcıların 153 (% 30,6)'ü 18-21, 347 (%69,4)'si 22-25 yaş aralığında dağılım göstermiştir. Cinsiyete göre dağılıma bakıldığında ise araştırmanın örneklemini 314 (%62,8)'ü kadın, 177 (%35,4)'si erkek ve 9 (%1,8)'u diğer bireylerden oluşmuştur.

Genç yetişkinlerin toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumları cinsiyet değişkenine göre incelendiğinde kadın katılımcılar ile erkek katılımcılar arasında anlamlı bir fark ( $p<0,05$ ) bulunmuştur. Bu fark bireylerin eğitim düzeyleri ile ilgili değişkende de saptanmıştır. Bulgulara bakıldığında ise eğitim düzeylerine göre bireylerin tutumları arasında belirgin bir fark görülmüştür ( $p<0,05$ ). Bunların yanında, çalıştığını belirten katılımcılar ile çalışmadığını belirten katılımcılar arasında anlamlı düzeyde bir fark ( $p<0,5$ ) bulunmuştur. Bunlara ek olarak, medeni durumu evli olan kişiler ile bekâr olan kişiler arasında da anlamlı bir fark ( $p<0,5$ ) tespit edilmiştir. Ancak araştırmanın diğer değişkenlerine bakıldığında; yaş değişkeninde, 18-21 yaş aralığındaki katılımcılar ile 22-25 yaş aralığındaki katılımcılar arasında önemli bir fark tespit edilememiştir. Bu bulguya benzer biçimde birlikte yaşanan kişiye göre analiz edilen tutumlar incelendiğinde de; üç kategori arasında -eşyle yaşayan, yalnız yaşayan ve ebeveyn ile yaşayan- kayda değer bir fark görülmemiş; hanede kiminle yaşandığının tutumları etkileyecek düzeyde bir faktör olmadığı saptanmıştır.

Sonuç olarak, Kuzey Kıbrıs'taki genç yetişkinlerin toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumları, çok belirgin bir düzeyde olmamakla beraber, olumlu yönde bulunmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Kuzey Kıbrıs, Toplumsal Cinsiyet Roller, Ataerkillik**ATTITUDES OF YOUNG ADULTS REGARDING GENDER ROLES: THE CASE OF NORTHERN CYPRUS FAMAGUSTA REGION****Abstract**

In this study, it is aimed to determine the attitudes of young adults in Northern Cyprus towards gender roles and to reveal the variables that affect these attitudes.

Gender Perception Scale and Demographic Information Form were used to collect data in the study. The forms were delivered to the participants via the internet. The sample of the study was composed of people between the ages of 18-25 who live in the Famagusta region. A total of 500 people participated in the study. Participants were reached using the snowball sampling method. 153 (30.6%) of the participants were

\* Doğu Akdeniz Üniv. Kıbrıs. ORCID: 0000-0002-7802-4876, , [cisemmeray@gmail.com](mailto:cisemmeray@gmail.com)

\*\* Eğitim Fakültesi, Doğu Akdeniz Üniversitesi, ORCID: 0000-0002-2713-8232, [suheyla.ucisik@emu.edu.tr](mailto:suheyla.ucisik@emu.edu.tr)

Araştırma Makalesi

Sayfa Sayısı: 415-435

Makale Geliş Tarihi: 23.01.2021

Makale Kabul Tarihi: 03.03.2021

in the age range of 18-21, 347 (69.4%) were between the ages of 22-25. When looking at the distribution by gender, the sample of the research was composed of 314 (62.8%) women, 177 (35.4%) men and 9 (1.8%) other individuals.

When the attitudes of young adults towards gender roles were examined according to the gender variable, a significant difference ( $p < 0.05$ ) was found between female participants and male participants. This difference was also determined in the variable related to the education level of the individuals. Considering the findings, a significant difference was observed between the attitudes of the individuals according to their education levels ( $p < 0.05$ ). A significant difference ( $p < 0.5$ ) was also found between the participants who stated that they were working and those who stated that they did not work. In addition to these, a significant difference ( $p < 0.5$ ) was found between married and single individuals. However, when looking at the other variables of the research; in the age variable, there was no significant difference between the 18-21 age range and the 22-25 age range. Similar to this finding, when the attitudes analyzed according to the person living with are analyzed; There was no significant difference between the three categories – living with a partner, living alone, and living with parents; It was determined that who lived in the household was not a factor affecting attitudes.

As a result, the attitudes of young adults in Northern Cyprus towards gender roles were found to be positive, although not at a very significant level.

**Keywords:** Northern Cyprus, Gender Roles, Patriarchy.

**Jel Kodu:** I39

## 1. GİRİŞ

Günümüz dünyasında bireylerin maruz kaldığı birçok eşitsizlikten bahsedilebilir. Ancak bunların en belirgin olanı, sosyal bir kavram olan toplumsal cinsiyet ile ilgilidir. Toplumsal cinsiyet, biyolojik cinsiyetten farklı olarak kültürel bir anlam taşımaktadır. Bu kavram, toplum ve içinde yaşanılan kültür yapısı tarafından, kadın ve erkek dikotomisiyle alakalı ortaya çıkarılan düşünce ve beklentileri yansıtmaktadır. Doğal diye nitelendirilen cinsiyet değişmezken, toplumsal cinsiyet ise insana bağlı olduğu için aileye, kültüre, zamana göre değişiklik gösterebilmektedir (Saraç, 2013:27-28). Toplumsal cinsiyet, bireylere erkek ve kadın olmalarına bağlı olarak onlardan gerçekleştirmelerini bekledikleri toplumsal sorumlulukları ve rolleri içermektedir. Doğduğunda cinsiyete sahip olan bir insan, toplumsal cinsiyeti sonradan kazanmaktadır. Toplumsal cinsiyet kimliği meydana getirilirken; kültürel gelenekler ve yargılar öğrenilip, birey kendini erkek ya da kadın biçimindeki ikiliğin içerisine koyarak tanımlamaktadır (Corrado, 2009).

Kişinin kendini cinsiyet kategorilerinden biri ile tanımlamasının ardından, ait hissettiği kategoriye göre üstlendiği rollere toplumsal cinsiyet rolleri adı verilmektedir. Cinsiyet bağlamında kadın ve erkeğe göre kategorize edilmiştir. Kadınlara uygun görülen roller kadınsı, erkeğe uygun görülen roller erkeksi şeklinde isimlendirilmiştir. Kadınsı ve erkeksi olan bu roller, kişilerin yaşadığı ortamlara göre farklılık gösterebilir, ayrıca kişinin cinsiyetinden bağımsız olarak ifade edilebilir (Dökmen, 2004). Bahsedilen rolleri belirleyiciler arasında kültürel değerler de bulunmaktadır (Seçgin ve Tugal, 2011:2457). Toplumsal cinsiyet rolleri eril düzen olarak da

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

tanımlanan ataerkillik ve ona bağılı ortaya çıkan cinsiyetçi, eşitsiz iş dağılımı ile bağlantılıdır. Kadın ve erkek dikotomisi üzerine kurulu ataerkil düzende kadının, evdekilerin ve çocukların bakım görevi için varolduğı düşünülürken, ayrıca hassaslık, güç bakımından zayıflık ve duygusallığı yansıtan karakter özellikleriyle bağdaştırılmaktadır. Erkek bireylerin ise lider olarak dünyaya geldiğı ve karakter özellikleri olarak zekâ ile gücü taşıdıkları düşünölmektedir (Şahin, 2011). Bu bağdaştırmalar neticesinde duygusal yapıda oldukları söylenen kadınlar, gerçekçi düşünmekten uzak olarak nitelendirilmiş, bu durum kadınların politik ve ekonomik alanlara dâhil olmalarının önüne set çekmiştir. Cinsiyetçi iş bölümü kadının haneye sıkışıp kalmasına yol açan roller vermiş ve kadınları iyi eş ile anne olmasını gerektiren görevler yüklemiştir. Buna bağılı olarak kadınlar söz konusu tanımlamadan kopmakta güçlük çekmiştir. Kadının aksine erkek ise kamusal alanla ilişkilendirilmiş ve özel alan tamamen kadına ait görölmüştür. Kadınlar ataerkil toplumsal yapıda pasif ve etkisiz konuma hapsolmuştur. Ataerkil düzenin getirisi ile kadın ve erkek iki ayrı alana (özel/kamusal) ayrıştırılmış, kadınlar erkeğe ait görölen kamusal alanda var olmamakta ve toplumsal cinsiyet rolleri sebebiyle ezilmektedir. Kadınların kamusal alana dâhil olmalarına engel olan en önemli faktör bakım rolü denilen hane içerisindeki işlerin onlara yüklenmesidir. Ayrıca ev işlerinin yanında hanehalkı içerisinde kadınlar kontrol altında tutulmaktadır. Buna örnek olarak bekâr kadın kamusal alanda olmak için baba ya da ağabeyin rızasına gerek duyarken, evli bir kadın ise kocasının iznine tabii tutulmaktadır. Bu anlayışa sahip ataerkil aile yapılarında kadının özel alandaki yükümlölükleri gereğı kamusal alanda faaliyet göstermesi doğru karşılanmamaktadır. Ayrıca eğitim konusunda da kadınların, erkekler kadar fırsat eşitliğini yakalayamamasının nedeni de ataerkil sistem içeren aile düzeni ile bağdaştırılabilir. Çünkü ataerkil sisteme sahip toplumlarda cinsiyetçi iş dağılımını bozacak herhangi bir eşitlikçi ilerleme, durum kabul görmemektedir (Çelik, 2019:29).

Sosyal bir mekanizma olan ataerki, mevcut toplumda tüm alanlarda ekonomiyi elinde tutma, kadın ve çocukları yönetme, toplumsal destekleri olan miras konuları ile neslin devamı gibi önemli sorumlulukların erkeklere uygun görölüp onlara verilmesidir. Ataerkilliğin düşünce yapısına göre erkek bireyler, doğuştan gelen nitelikleri sebebiyle daha güçlü ve rasyonalisttirler, dolayısıyla hükmetmek için dünyaya gelmişlerdir. Bunun sonucunda, politik konularda -devleti yönetmek gibi- daha yetenekli oldukları düşünöldüğünden toplumsal roller zemininde kalıpyargıları meydana çıkartmaktadır (Demez, 2005). Kısacası, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin temeli olan ataerkilliğin, kadın üzerinde kurulan eril bir tahakküm olduğı ve kadınların emeğinin, erkekler tarafından kontrol edilmesini kapsayan eril bir düzen olduğı söylenebilir.

Toplumsal cinsiyete ilişkin yapılan tanımlamaların yanında kuramlarda bulunmaktadır. Bunlardan biri olan Biyolojik Kurama göre, iki cinsiyet arasında ciddi biyolojik farkların olduğı

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

savunulmaktadır. Toplumda kadın ve erkeğe atfedilen rollerin farklılaşması ise, kadın ile erkeğin değişik rolleri özümsemesiyle ortaya çıkmaktadır. Buna örnek olarak, erkek birey, fizyolojik yapısına bağlı olarak kuvvet gerektiren ev dışı faaliyetlerle uğraşırken, kadın birey, ev içindeki işler ve çocuk bakımını üstlenmiştir. Bunun sebebi olarak da kadının güçle ilişkili anatomik yetersizliği gösterilmiştir. Dolayısıyla kadınların özel alandaki görevleri çoğalmıştır. Saldırganlık eylemi de anatomik yapıya bağlı olarak erkek bireylere uygun nitelik olarak kabul edilmiştir (İmançer, 2006:7).

Bilinçdışı olaylarından özellikle içselleştirme ile özdeşleşmeye değinen psikanalitik teorisine bakıldığında ise, kişinin sahip olduğu toplumsal cinsiyete göre eylemler göstermesi (kadınlarda feminen, erkeklerde maskülen davranışlar), küçük yaşlardan başlayarak çocuğun kendi cinsiyetinden olan ebeveyni ile özdeşleşme aşamasıyla ilişkilidir. Buna ek olarak, karşı cinsten olan bireylere uygun davranışlar gösterme durumu ise, karşı cinsiyete ait olan ebeveynle özdeşleşme ile olmaktadır. Freud, çocuğun kendi cinsiyetinden olan ebeveynle özdeşleşerek onun niteliklerini kazandığını savunmakta ve bunun neticesinde kız çocukların nasıl kadın olmaları, erkek çocukların ise ne şekilde erkek olmaları gerektiğinin bilincine vardığını iddia etmektedir. Psikanalitik Kurama göre, kişinin psikolojik ve toplumsal bakımdan adapte olabilmesi için kendi sahip olduğu cinsiyetine göre olan bir cinsel kimliği edinmesi gerekli görülmektedir (Çıtak, 2008:12).

Diğer bir kuram olan Sosyal Öğrenme Kuramı, ebeveynlerin, çocuklarını dünyaya geldikleri andan beri biyolojik cinsiyetlerine bağlı olarak farklı biçimde gördüklerini ve bu farklı algılamaya göre davranış sergilediklerini savunmaktadır. Buna örnek olarak bir kız çocuğu araba tamiri konusunda babasına yardım etmek istediğini söylediğinde oradan uzaklaştırılıyorsa, ilerleyen zamanlarda babasının yaptığı işlere destek olma konusunda motive olmayacaktır. Bunun aksine mutfaktaki işlerde annesine yardım etme konusunda olumlu karşılık alan kız, destek olmaya devam edecektir. Buna bağlı olarak çocuklar cinsiyetlerine uygun rol modellerini öğrenirler ve bu modellerle paralel davranış sergilemeleri için çevrelerindeki yetişkinler tarafından motive edilirler. Bu kurama göre, kişinin çevresi, ait olduğu cinsiyetin rollerini öğrenmesi bakımından doğru ve zengin bir alandır. Cinsiyete dair ortak yönleri farketmesi, çocukların bu benzerliklerden yola çıkarak öteki bireylerin eylemlerini taklit etmesi durumu oluşur. Bahsedilen bu sosyal öğrenme sistemi toplumda bulunan hiyerarşi ile algı biçimini gösterme bakımından güçlüdür. Kadın ve erkeklerin uğraştığı işler farklıdır, nitelikleri değişik biçimde ifade edilmiştir ve bu ifadelerden yola çıkarak iki cins de ayrı faaliyetlere ilgi duymaktadır (Güldü ve Kart, 2009:101).

Bilişsel Gelişim Kuramına göre ise, çocuklar öncelikle bireylerin erkek ve kadın olarak iki kategoriye bölündüğünü ve daha sonrada kendilerinin hangi kategoriye girdiklerini kavrar, bunun

ardından kişileri birbirinden farklı kılan özellikleri kavrarlar. Ardından cinsiyetle alakalı norm haline gelmiş görüşlerin –iki cinsiyetten beklenen davranışların neler olduğunun- bilincine varıp, bu süreçten itibaren de cinsiyetlerine ilişkin kalıplaşmış davranışları sergilemeye başlarlar (Çıtak, 2008:14).

Toplumsal Cinsiyet Şeması Kuramını geliştiren Sandra Lipsitz Bern, Bilişsel Gelişim Kuramı ile Sosyal Öğrenme Kuramının fikirlerini biraraya getirmektedir. Bilhassa, cinsiyetleri birbirinden ayırmanın çocuğun kendisi ile ilgili bilgisi de dahil olmak üzere bütün bilgiyi kültüre ait erkeklik ve kadınlık tanımlarına bağlı kodlama ve düzenlemeye hazır olmasından kaynaklandığını belirtmektedir (Dökmen, 2012:69). Bu teoriye göre, çocuk toplumsal cinsiyet şemalarını öğrenme döneminde kadın ve erkek arasındaki ayrımı farkına vararak, kendine ait cinsiyet ile ilişkili bilgi toplayarak kendi cinsiyetini tanımlamaktadır (Çıtak, 2008:15).

Toplumsal cinsiyet eşitsizliği olarak tanımlanan ve birçok kuramla açıklanmaya çaba gösterilmiş bu önemli sorun, kadını evde tutarak, sosyal hayattan uzaklaştırmakta ve çalışarak kendi ayakları üzerinde durmasının önüne geçmektedir. Kadınların ücretli bir işe sahip olmasına engel olan en büyük sorun, kadınların ücretsiz emeğinin büyük bir çoğunluğunu kapsayan bakım yükümlülüğüdür. Ücretli işin kapitalist toplumlarda sosyal vatandaşlık olanak ve haklarından faydalanmasının temel şartı olduğu düşünülürse, kadınlar bu olanaklardan ücretsiz emek yükümlülükleri sebebiyle mahrum kalmakta veya erkeklere göre daha az faydalanabilmektedir. Görüldüğü üzere toplumsal cinsiyet, ekonomik sistemde erkek ile kadını farklı alanlarla bağdaştırmanın, işlerin cinsiyetlere göre ayrılmasının, özel ve kamusal alan arasında oluşturulan hiyerarşinin, ücret konusundaki adaletsizliğin temelini oluşturmaktadır. Sosyal olarak atfedilen roller nedeniyle kadınlar, topluma, emek piyasasına ve kamusal alana sürekli olarak ‘anne-eş’ kimliğiyle dahil olmaya mecbur bırakılmaktadır (Urhan, 2016). Birçok kadın bir erkeğe maddi açıdan bağımlı yaşamakta ve yaşamsal olarak önemli görülen *kendini gerçekleştirme* ilkesine ulaşmadan ölmektedir. Başkasına bağımlı olmanın bir diğer kötü yanı da bağımlı olunan kişiden görülen gerek psikolojik, gerek fiziksel şiddete rağmen kadının oradan kaçış yolunun olmaması ve çaresizce canı pahasına orada yaşamaya devam etmesidir.

Son yıllarda bu konu ile ilgili çalışmalar sıkça yapılmaktadır. Direk ve Irmak (2017) araştırmalarında, Dokuz Eylül Üniversitesi Tıp Fakültesi birinci ve altıncı sınıfta eğitim alan öğrencilerden 99 kişinin katılımıyla, toplumsal cinsiyet algısına yönelik tutumlarının tespit edilmesi ve bu sınıflarda olan öğrencilerin toplumsal cinsiyet rolleriyle alakalı tutumlarını etkileyen etkenlerin neler olduğunun bulunmasını hedeflenmiştir. Bunun sonucunda, toplumsal cinsiyet algısında öğrenimin pozitif bir etkisinin olmadığı, onun yerine daha önemli faktörler, cinsiyetin kadın oluşu ve annenin eğitim süresi olduğu belirlenmiştir.



... Bekleviç ve Kıran (2017), üniversite hastanesinde çalışan 128 araştırma görevlisinin toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarının, iş yaşamındaki cinsiyet algısıyla ilgili izlerini analiz etmeyi amaçlamıştır. Sonuçta araştırma görevlilerinin ‘eşitlikçi cinsiyet rolünü’ içeren tutuma sahip oldukları tespit edilmiştir ve erkek ile kadın arasında toplumsal cinsiyet rolleri ile ilgili tutumlarda bir fark bulunamamıştır. Medeni durumun bir etkisi olmadığı da gözlemlenmiştir.

Derya, Taşhan, Uçar, Karaaslanve Tunç (2017), çalışmalarında Ebelik ve Hemşirelik Bölümünde okuyan öğrencilerin toplumsal cinsiyet rolleriyle ilgili tutumlarının cinsel tabulara etkisini tespit etmeyi hedeflemiştir. Öğrencilerden seçilen 640 katılımcıyla gerçekleşen araştırmanın sonucunda bireylerin %52,2’si içinde buldukları toplumun cinsellik bakımından baskılayıcı olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca erkek katılımcılara göre kadın katılımcıların, daha çok eşitlikçi bir tutumda oldukları ve kadın ile homoseksüellik üzerine bahsedilen stereotip cümlelerini (kadının evlilik dışı cinsel ilişki yaşaması vb) toplumsal bir norm olarak düşünen katılımcıların tümü toplumsal cinsiyet rolleri açısından daha eşitlikçi görüş sergilemiştir.

Çiçek ve Çopur’a (2018) ait çalışmada, Ankara’da yaşayan farklı ekonomik seviyelere sahip, on sekiz yaş ve üzeri bireylerin ‘kadınların çalışması ve toplumsal cinsiyet rolleriyle alakalı tutumlarını’ tespit etmek hedeflenmiştir. Katılımcı olarak 150 kişiden oluşan bu çalışmanın neticesinde toplumsal cinsiyet rolleri ile ilgili tutum ve geleneksel cinsiyet rolleri oluşumu arasında bir ilgi bulunamamıştır. Sosyalleşme aşamasında alınan mesajları eşitlikçi olarak algılayan bireyler ile toplumsal cinsiyet rolleriyle alakalı eşitlikçi tutumu olanlar, kadın bireylerin çalışmasına yönelik pozitif bir tutum göstermişlerdir.

Palas Karaca ve Çubukçu Aksu’ya (2020) ait çalışma, sağlık hizmetlerinde öğrenci olan bireylerin toplumsal cinsiyet rolleri ile ilgili görüşleri ve psikolojik iyi oluşları arasındaki bağlantıyı incelemek amacıyla yapılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda, İlk ve Acil Yardım programında öğrenci olanların ve kadın katılımcıların toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarının belirgin düzeyde yüksek olduğu ve öğrencilerin toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ile psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkide pozitif yönde zayıf bir ilişki olduğu bulunmuştur.

Uygun ve Önsan (2020) araştırmasında, sosyal bilgiler öğretmenlerinin toplumsal cinsiyet algılarını incelemeyi amaçlamıştır. Araştırmanın sonucuna göre tüm katılımcıların pozitif tutum sergiledikleri gözlemlenmiş, kadın katılımcıların toplumsal cinsiyet tutumlarının, erkek katılımcılara kıyasla daha pozitif olduğu bulunmuştur.

Ertuğrul Yaşar ve Zorluoğlu’nun (2021) çalışmasında amaç, üniversitede öğrenim gören bireylerin toplumsal cinsiyet rolleriyle alakalı tutumları ile bu tutumların cinsiyet ve cinsiyet rollerine göre değişimini araştırmaktır. Bu çalışmada, kadın katılımcıların %47’sinin maskülen, %39’unun belirsiz, %12’sinin androjen ve %2’sinin feminen cinsiyet roller sergilediği bulunmuştur.

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

Erkek katılımcıların ise %35'inin maskülen %37'sinin belirsiz, %23'ünün androjen ve %5'inin feminen cinsiyet rolü sergilediği saptanmıştır. Araştırmanın diğer neticesine bakıldığında ise, toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin düşüncelerin, cinsiyete göre belirgin düzeyde farklılaştığı gözlemlenmiştir. Buna bağlı olarak kadın katılımcıların, erkeklere göre daha eşitlikçi görüşte oldukları sonucuna varılmıştır. Ayrıca her iki cinsin rolleri geleneksel cinsiyet rolleri ve evlilikte cinsiyet rolleri ile alakalı görüşler bakımından belirgin bir fark olduğu saptanmıştır.

Kadının diğer tüm bireylerde olması gereken istediği gibi yaşama hakkı elinden alınmakta ve özgürlüğü tamamen özel alana hapsedilmektedir. Kuzey Kıbrıs'ta da bu eşitsizlik durumu nedeniyle birçok kadın özgür yaşamak bir yana yaşama hakkı dahi bir erkek tarafından elinden alınabilmektedir. Böyle bir adaletsizliğin yaşanmasının en temelinde; erkek egemenliği olarak bilinen ataerkil sistem bulunmaktadır. Bu sistem toplumda yaşayan bireylerin doğumundan itibaren, çevreleri tarafından verilen toplumsal cinsiyet rollerini kendilerinin bir parçası veya doğanın kanunu türündeki değiştirilemez, yok sayılamaz anlayışıyla özümseyip bu rollere uygun davranmasına yol açmaktadır. Kuzey Kıbrıs'ta toplumsal cinsiyet rollerinin bu denli kabullenilmesinin sebep olduğu toplumsal cinsiyet eşitsizliği problemi de erkek bireyin sırf cinsiyeti nedeniyle kadın bireye göre daha özgür ve can tehlikesi daha az olan bir yaşam sürmesini sağlarken, kadının ise yine cinsiyeti yüzünden bunların aksine her an bir erkek şiddetine maruz kalma tehlikesiyle ve toplumun ona verdiği yükümlülük sebebiyle çoğunlukla özel alana kapalı bir hayat sürmesine neden olmaktadır. İşte bu eril yanlı düşünce sisteminin değişebilmesi için Kuzey Kıbrıs'ta yaşayan bireylerin, toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarının belirlenmesi gerekmektedir.

Yapılan araştırmada da Kuzey Kıbrıs'ın bu konudaki mevcut durumunu anlamak ve toplumu ileride daha eşitlikçi ve adaletli bir yapıya dönüşümünü sağlayabilmek için, Gazimağusa ilçesinde yaşayan genç yetişkinlerin bahsedilen bu eşitsizliklerle alakalı tutumlarının neler olduğu öğrenilmiştir. Araştırmanın sonucunda Kuzey Kıbrıs'taki geleneksel tutum olarak bilinen ataerkil düşünce yapısı ortaya çıkarılıp dönüştürülmesi için çözüm önerilerinde bulunulmuştur.

Toplumsal cinsiyet rollerinin, bireyler üzerindeki olumsuz etkileri ve dayatmalarını konu alan çalışma etkenlerin ortaya çıkarılması ve ataerkil yapıyı dönüştürebilmek için öneriler sunması bakımından önem arz etmektedir. Özellikle son zamanlarda Kuzey Kıbrıs'ta birçoğu ölümlerle sonuçlanan kadına şiddet vakaları artarak görülmeye devam etmektedir. Bunun temelinde de yine yukarıda bahsedilen toplumsal cinsiyet eşitsizliği olduğu açıktır. Buna ek olarak Ada'da bu konuyla ilgili olarak çalışmalar yapabilecek, Doğu Akdeniz Üniversitesi Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları Yüksek Lisans Programı hariç bir program bulunmamaktadır. Kuzey Kıbrıs bağlamında konu bazı akademik çalışmalarda daha önce ele alınmış olsa da bu araştırma kapsamlı ve derinlemesine

yapılan ilk çalışma olma özelliği taşımaktadır. Gazimağusa ilçesinde yaşayan genç yetişkinlerin, toplumsal cinsiyet tutumlarıyla ilgili sonuçlara ulaşılmış ve belli tutumların oluşmasında etkili olabilecek çeşitli değişkenler de göz önünde bulundurulmuştur. Dolayısıyla çıkan sonuçlara bağlı olarak toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamada yeni çözüm önerileri sunulmuş ve söz konusu çalışmayla genç yetişkinlerin de bu konuda bilinçlenmesine katkı sağlamak hedeflenmiştir.

Bu çalışmada, bireysel ve sosyal kimliklerini oluşturmada söz hakkına sahip genç yetişkinlerin, toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarının tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Bu amacı gerçekleştirmek üzere aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

- 1) Genç yetişkinlerin toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumları hangi yöndedir?
- 2) Ebeveynler ile aynı mekânda yaşamamın, genç yetişkinlerin toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarına etkisi var mıdır?
- 3) Toplumsal cinsiyet rolleri ile ilgili tutumlarda genç yetişkinlerin eğitim düzeyinin etkisi var mıdır?
- 4) Toplumsal cinsiyet rolleri ile ilgili tutumlarda genç yetişkinlerin sosyoekonomik durumunun etkisi var mıdır?
- 5) Toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarda genç yetişkinlerin yaşının etkisi var mıdır?
- 6) Toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarda genç yetişkinlerin cinsiyetinin etkisi var mıdır?
- 7) Toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarda genç yetişkinlerin medeni durumunun etkisi var mıdır?

## 2. YÖNTEM

### 2.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada, Kuzey Kıbrıs'taki genç yetişkinlerin toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarının saptanması amaçlandığından tarama modeli tercih edilmiştir. Tarama modeli bir olay veya konu ile ilgili katılımcıların düşüncelerinin veya kabiliyet, tutum, ilgi vb. niteliklerinin tespit edildiği çoğunlukla öteki araştırmalara kıyasla daha geniş örneklem oluşturularak gerçekleştirilen araştırmalardır (Büyüköztürk ve ark., 2016).

### 2.2. Evren ve Örneklem

2019-2020 yılları arasında gerçekleşen araştırmada, Kuzey Kıbrıs'da yaşayan genç yetişkinler araştırma evrenini oluşturmaktadır. Araştırmada örneklem 525 katılım gösteren kişi arasından, Gazimağusa ilçesinde ikâmet eden 18-25 yaş aralığındaki 500 birey seçilerek belirlenmiştir. Katılımcılar Gazimağusa ilçesinden seçilirken bölgenin kültürel çeşitliliğe sahip olması ve üniversite şehri olduğu için farklı bölgelerden gelen kişileri barındırması sebebiyle evreni temsil edilebilirliğinin yüksek olması göz önünde bulundurulmuştur. Gönüllülük esası ile katılımcılara kartopu yöntemiyle ulaşılmış ve bu kişilere araştırma ölçeği gönderilmiştir. Kartopu

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

kavramı, katılımcı sayısının giderek çoğalması sebebiyle kullanılmaktadır. Belirli bir evrenden örneklem seçilir ve birkaç katılımcı belirlenerek onlar aracılığıyla başka kişilere ulaşılır örneklem büyüklüğü kartopunun büyümesi gibi genişlemektedir (Uzun, 2013).

### 2.2.1. Araştırmaya Katılanlara Ait Demografik Bilgiler

Araştırmaya katılan genç yetişkinlerin cinsiyet, medeni durumu, eğitim durumu, çalışma durumu ve yaş aralığına ilişkin demografik bilgiler Tablo 1’de verilmiştir.

**Tablo 1. Demografik Değişkenlerin Frekans Dağılımı**

Değişkenler	Kategoriler	Frekans (f)	Yüzdeler (%)
Cinsiyet	Kadın	314	62,8
	Erkek	177	35,4
	Diğer	9	1,8
Medeni durumu	Evli	72	14,4
	Bekar	428	85,6
Eğitim durumu	İlkokul	-	-
	Ortaokul	9	1,8
	Lise	64	12,8
	Üniversite	319	63,8
	Yüksek lisans	83	16,6
	Doktora	24	4,8
Çalışma durumu	Hiçbiri	1	0,2
	Çalışıyor	249	49,8
	Çalışmıyor	251	50,2
Yaş aralığı	18-21	153	30,6
	22-25	347	69,4
Toplam		500	100

Araştırmaya katılım gösteren kişilere ait demografik değişkenlerin dağılımının verildiği Tablo 1’e bakıldığında, katılımcıların 314’ü (%62,8) kadın, 177’si (%35,4) erkek; 72’si (%14,4) evli, 428’i (%85,6) bekar. Genç yetişkinlerin 9’u (%1,8) ortaokul, 64’ü (%12,8) lise, 319’u (%63,8) üniversite, 83’ü (%16,6) yüksek lisans, 24’ü (%4,8) doktora ve 1’i (%0,2) hiçbiri; 249’u (%49,8) çalışıyor, 251’i (%50,2) çalışmıyor. Katılımcıların 153’ü (%30,6) 18-21 yaş aralığında iken, 347’si (%69,4) 22-25 yaş aralığında verilmiştir.

### 2.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplamak için kullanılan araç iki kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımda demografik değişkenlerin belirlenmesi için oluşturulan demografik bilgi formu kullanılmıştır. Bu formda sonuçlar için etkili olacağı düşünülen cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu ve çalışma durumu, katılımcıların kiminle birlikte yaşadığı gibi değişkenlerle ilgili bilgiler edinmeyi amaçlayan 12 soru bulunmaktadır. İkinci kısımda ise 2013 yılında Hasan Hüseyin Altınova ve Veli Duyan tarafından geliştirilen Toplumsal Cinsiyet Algısı Ölçeği (TCAÖ) bulunmaktadır. Araştırmada genç yetişkinlerin ölçekte verilen ifadelerle hangi düzeyde katıldıklarını belirlemek için 25 maddeden oluşan 5'li likert kullanılmıştır. Toplumsal Cinsiyet Algısı Ölçeği'nde; 1) Kesinlikle Katılmıyorum, 2) Katılmıyorum, 3) Kararsızım, 4) Katılıyorum, 5) Kesinlikle Katılıyorum şeklinde ifadeler bulunmaktadır. TCAÖ'nin geçerlik ve güvenirlik çalışmaları araştırmacılar tarafından yapılarak geçerlik için Kasier- Meyer Olkin (KMO) katsayısı,882; Barlett testi ki-kare değeri ise 3389,153 (df 435) ve istatistiksel bakımdan anlamlı (sig.=.000) bulunmuş, buna ek olarak güvenirlik katsayısı ,872 şeklinde bulunmuştur. Bunların sonucunda ölçeğin güvenirliliğinin ve geçerliliğinin yüksek olduğu, yani bu ölçeğin bireylerin toplumsal cinsiyete ilişkin algısını belirlemede kullanabileceğini yansıtmaktadır (Altınova ve Duyan, 2013).

### 2.4. Veri Toplama Süreci

Araştırmaya başlamadan önce ilk olarak Doğu Akdeniz Üniversitesi (DAÜ) Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü'nden, Yüksek Lisans Tez Öneri formu doldurulup gönderilerek onay alınmış, ardından Bilimsel Araştırma Etik Uygunluk formu doldurulup DAÜ İşletme ve Ekonomi Fakültesi Etik Alt Kurulu'na gönderilerek oradan da 19 Şubat 2020 tarihinde onay alınmıştır (Sayı: ETK00-2020-0070). Son olarak da araştırmada kullanılmak üzere belirlenen TCAÖ'nü geliştiren Altınova ve Duyan'dan (2013) ölçeği kullanmak üzere izin alınarak çalışmaya başlanmıştır. Araştırma 18-25 yaş aralığında olan ve Gazimağusa'da ikâmet eden 500 genç yetişkinin katılımıyla gerçekleşmiştir. Ancak bu araştırma Covid-19 virüsünün yol açtığı pandemi dönemine denk geldiği için, diğer anket çalışmalarından farklı olarak yüzyüze değil internet ortamı üzerinden yapılmıştır. Araştırmayı yapabilmek için öncelikle internette bulunan Google Forms sayfasından form oluşturulmuştur. Bu formun ilk bölümünde katılımcıların çalışma hakkında bilgilendirilmesi ve bilgilerinin gizlilikle korunacağından emin olması için bir bilgilendirme eklenmiş, sonraki bölümde de gönüllü katılım esas alınarak katılımcıların araştırmaya katılmak üzere onayını almak üzere bilgilendirilmiş onam formu eklenmiştir. Formun üçüncü bölümünde ise katılımcıların gizlilik gereği isim-soyisimleri alınmayarak demografik bilgi formu doldurmaları istenmiş, son bölümde de TCAÖ'nü doldurmaları beklenmiştir. Araştırma formu katılımcılara, bu forma ait link gönderilerek ulaştırılmıştır. Kartopu yöntemiyle belirli katılımcılara form

gönderilerek onların da kendi çevrelerinde örneklem seçimindeki kriterlere uyan (18-25 yaş aralığında olan ve Gazimağusa'da yaşayan) kişilere bu formu göndermeleri istenmiştir. Verilerin toplanması 3 Nisan 2020 tarihinde başlayıp 1 Temmuz 2020 tarihinde sona ermiştir. Veriler analiz edilmeden önce titizlikle kontrol edilerek, araştırmaya uygun nitelikte olan veriler değerlendirmeye alınmıştır.

### 2.5. Verilerin Analizi

Araştırma sonucunda toplanan veriler SPSS 20 programına yüklenerek demografik bilgiler için frekans ( $f$ ) ve yüzdelik (%) değerler bulunmuştur. Genç yetişkinlerin toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarını tespit etmek için de betimsel istatistikler olarak bilinen ortalama ( $\bar{x}$ ) ve standart sapma ( $ss$ ) değerleri kullanılmıştır. Bağımsız değişkenlere göre toplumsal cinsiyete ilişkin tutumları kıyaslamak için de bağımsız örneklem için t-testi ve tek yönlü ANOVA testlerine başvurulmuştur. Araştırmada bağımsız örneklem için t-testi iki bağımsız örneklemin ortalamaları arasındaki farkın anlamlılığını test etmek için kullanılırken, tek yönlü ANOVA ise, üç veya daha fazla bağımsız örneklem ortalamaları arasındaki farkın anlamlılığını hesaplamak için kullanılmıştır.

## 3. Bulgular ve Tartışma

### 3.1. Ölçeğe Ait Ortalama ile İlgili Bulgular

Katılımcıların ortalamalarının alabileceği en düşük puan '1,00', en yüksek ortalama puanı ise '5,00' olarak belirlenmiştir. Ortalama puanı 1'e yaklaştıkça geleneksel bir tutumun bulunduğunu, 5'e yaklaştıkça ise eşitlikçi bir tutumun varlığını göstermektedir.

Birinci alt problem olan 'Genç yetişkinlerin toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumları hangi yöndedir?' ile ilgili edinilen verilerin betimleyici istatistikleri Tablo 2'de verilmiştir.

**Tablo 2. Ölçeğe Ait Betimleyici İstatistikler**

	Ortalama	SS
Toplumsal Cinsiyet Algısı Ölçeği	3,01	,49739

Tablo 2'de ölçekten alınan puanların tanımlayıcı istatistikleri görülmektedir. Katılımcıların tutumlarına bağlı olarak ölçekten aldıkları ortalama puanlarına bakıldığında toplumsal cinsiyet algısı ölçeğinin genelinde  $\bar{x} = 3,01$  bulunmuştur. Ölçekten alınan en yüksek puan, katılımcının toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin eşitlikçi bir tutumda olduğunu, alınan en düşük puan ise geleneksel bir tutumda olduğunu göstermektedir. Buna bağlı olarak ölçekten alınan genel ortalamaya bakıldığında, katılımcıların toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarının olumlu yönde olduğu görülmektedir. Katılımcıların tutum ortalamaları ile ilgili frekans dağılımı aşağıdaki Tablo 3'te verilmiştir.

**Tablo 3. TCAÖ Ortalamaların Frekans Dağılımı**

TCAÖ Ortalamaların Frekans Dağılımı	Minimum	Maksimum	Frekans (f)	Yüzdellik (%)
	1,00	5,00		
1,00			3	,6
1,50			3	,6
2,00			9	1,8
2,50			61	12,2
3,00			373	74,6
3,50			26	5,2
4,00			4	,8
4,50			8	1,6
5,00			13	2,6
Toplam			500	100,0

### 3.2. Bağımsız Değişkenler ile İlgili Bulgular

#### 3.2.1. Genç Yetişkinlerin Cinsiyet Değişkenine Göre Tutumları

Genç yetişkinlerin cinsiyet değişkenine göre toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarını tespit etmek için yapılan tek yönlü ANOVA testinin sonucu Tablo 4’te verilmiştir.

**Tablo 4. Genç Yetişkinlerin Cinsiyet Değişkenine Göre Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlgili Tutum Düzeylerine İlişkin Tek Yönlü ANOVA Testi Sonuçları**

	Kareler Toplamı	SD	Kare Ortalaması	p
Gruplararası	1,564	2 ,782	3,189	,042
Gruplarıçi	121,886	497	,245	
Toplam	123,450	499		

\*p < ,05

Tablo 4 incelendiğinde araştırmada kadın, erkek ve diğer olarak gruplandırılan genç yetişkinlerin toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarında, cinsiyet değişkenine bağlı olarak aralarında anlamlı fark ( $F(2, 497) = 3,189, p = ,042$ ) olduğu tespit edilmiştir. Bu farkın hangi gruplar içerisinde olduğunu görmek amacıyla Post-hoc testi olarak Games-Howell testi yapılmıştır. Bu testin sonucuna göre bahsedilen anlamlı fark ( $p < ,05$ ) kadın ile erkek katılımcılar arasında bulunmuştur. Kadın katılımcıların toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin puan ortalamaları ( $\bar{x} = 3,05$ ), erkek katılımcıların puan ortalamalarına ( $\bar{x} = 2,93$ ) göre daha yüksek olduğu saptanmıştır. Buradan, kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre daha eşitlikçi bir tutuma sahip olduğu gözlemlenmiştir.

**Tablo 5. Genç Yetişkinlerin Cinsiyet Değişkenine Göre Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlgili Tutum Düzeylerine İlişkin Post hoc testi – Games-Howell Sonuçları**

Gruplar	N	Ortalama	SS	Kadın	Erkek	Diğer
Kadın	314	3,05	,46053		$p < ,05$	$p > ,05$
Erkek	177	2,93	,56157			$p > ,05$
Diğer	9	3,00	,00000			

\*  $p < ,05$

Araştırmada cinsiyet değişkenine göre toplumsal cinsiyete ilişkin tutum farklılığına benzer başka araştırmalar da bulunmaktadır. Çelik, Pasinlioğlu, Tan ve Koyuncu 'nun (2013) toplumsal cinsiyete ilişkin tutumları belirlemek üzere yaptığı çalışmada da; mevcut çalışmayla benzer bulgulara ulaşarak kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre daha eşitlikçi bir tutum sergiledikleri belirlenmiştir. Cinsiyet değişkeni doğrultusunda toplumsal cinsiyete ilişkin tutumların incelendiği başka bir araştırmada da Güzel (2016), kadın katılımcılar ile erkek katılımcıların tutumları arasında anlamlı bir fark bulmuş ve erkeklerin kadınlara göre daha düşük puan alarak, geleneksel bir tutuma sahip oldukları sonucuna varmıştır.

### 3.2.2. Genç Yetişkinlerin Yaş Değişkenine Göre Tutumları

Genç yetişkinlerin yaş değişkenine göre toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarını saptamak için yapılan bağımsız örneklem için t-testi sonuçları aşağıda Tablo 6'da verilmiştir.

**Tablo 6. Genç Yetişkinlerin Yaş Değişkenine Göre Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutum Düzeylerinin Bağımsız Örneklem İçin T-testi Sonuçları**

Yaş	N	Ort.(SS)	SD	t	p
18-21	153	3,00 (,47120)	498	-,201	,841
22-25	347	3,01 (,50914)			

\*  $p < 0,5$



Genç yetişkinlerin yaş aralıklarına göre toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarına bakıldığında, 18-21 yaş aralığındaki katılımcıların ortalamaları ( $\bar{x} = 3,00$ ,  $ss = ,47120$ ) ile 22-25 yaş aralığındaki katılımcıların ortalama puanları ( $\bar{x} = 3,01$ ,  $ss = ,50914$ ) daha düşük olmakla birlikte anlamlı bir fark görülmemiştir ( $t(498) = -,201$ ,  $p > 0,5$ ). Erzeybek (2015) de benzer şekilde, anne-babaların çocuklarını yetiştirirken sahip oldukları toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarını incelediği çalışmasında anne ve babaların yaşları ile tutumları arasında önemli düzeyde bir fark bulamamıştır.

### 3.2.3. Genç Yetişkinlerin Eğitim Düzeyine Göre Tutumları

Genç yetişkinlerin eğitim düzeyine göre toplumsal cinsiyet rolleriyle ilgili tutumlarını ölçmek için yapılan tek yönlü ANOVA testinin sonuçları Tablo 7’de verilmiştir.

**Tablo 7. Genç Yetişkinlerin Eğitim Düzeylerine Göre Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumlarının Tek Yönlü ANOVA Testi Sonuçları**

	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	p
Gruplararası	2,933	5	,587	2,404	,036
Gruplarıçi	120,517	494	,244		
Toplam	123,450	499			

\* $p < .05$

Genç yetişkinlerin eğitim düzeylerine göre toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumları arasında anlamlı bir fark vardır ( $F(5, 494) = 2,404$ ,  $p = ,036$ ). Genç yetişkinlerin eğitim düzeyi arttıkça cinsiyet rollerine ilişkin daha eşitlikçi bir tutuma sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu fark özellikle eğitim durumu ortaokul ile üniversite olan katılımcılar arasında gözlemlenmiştir. Üniversite düzeyindeki kişilerin ortaokul eğitim düzeyine sahip kişilere göre daha eşitlikçi bir tutuma sahiptir. Çelik ve ark. (2013) üniversite öğrencilerinin cinsiyet eşitliği tutumlarını belirlemek üzere yaptığı çalışmada katılımcıların mezun oldukları lise türü ve şu anda okudukları üniversite bölümlerine göre tutumlarının farklılık gösterdiğini bulmuştur. Ayrıca Erzeybek (2015) de benzer biçimde, Kuzey Kıbrıs’ta yaptığı çalışmasında anne-babaların eğitim durumları ile tutumları arasında önemli bir fark tespit etmiştir.

### 3.2.4. Genç Yetişkinlerin Çalışma Durumuna Göre Tutumları

Genç yetişkinlerin çalışma durumuna göre toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarını bulmak için yapılan bağımsız örneklem için t-testi sonuçları aşağıdaki Tablo 8’de verilmiştir.

**Tablo 8. Genç Yetişkinlerin Çalışma Durumuna Göre Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumlarının Bağımsız Örneklemeler İçin T-Testi Sonuçları**

Çalışma Durumu	N	Ort.(SS)	SD	t	p
Çalışıyor	249	2,99 (,48354)	498	-,807	,420
Çalışmıyor	251	3,02 (,51110)			

\*p &lt; 0,5

Katılımcıların çalışma durumlarına bağlı olarak toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarına bakıldığında; çalıştığını belirten kişilerin ortalama puanları ( $\bar{x}$ = 2,99,  $ss$  =,48354), çalışmadığını belirten kişilerin ortalama puanlarına göre ( $\bar{x}$ = 3,02,  $ss$  =,51110) daha düşüktür ve iki grup arasındaki farkın anlamlı olduğu saptanmıştır ( $t(498)$ = -,807,  $p$ <0,5). Bu sonuçlara göre çalışan bireylerin, çalışmayan bireylere göre daha geleneksel bir tutuma sahip oldukları gözlemlenmiştir. Yapılan araştırmanın sonucunda çalışmayan kişilerin daha eşitlikçi tutuma sahip olmalarının sebebi, yaşa bağlı olarak ebeveynlerinin gelir düzeylerine bağlı bir yaşam sürdürmeleri ve bu nedenle çalışan katılımcılara göre refah seviyesi daha yüksek bir hayata sahip olmaları etken görülmektedir. Çalışan kişilerin daha zor koşullarda çalışıyor olmaları ve gelir düzeyleri daha düşük olmaları, geçimi ebeveynleri tarafından sağlanan kişilere göre daha geleneksel tutumda tespit edilmelerine yol açmıştır.

Güzel (2016) ise, bu sonucun aksine çalışma durumu ile tutumlar arasında önemli bir fark bulamamıştır. Araştırmacı bunun sebebinin katılımcıların yaş ortalamasının küçük olması, hayata olan perspektiflerinin ve ev içerisindeki yükümlülüklerinin farklı olmasına bağlamaktadır. Çiçek ve Çopur (2018) ise, katılımcıların gelir düzeyleri ile tutumları arasında anlamlı bir fark bulmuştur. Gelir düzeyi düşük olan katılımcıların yüksek olan katılımcılara göre daha geleneksel bir tutuma sahip olduğunu tespit etmiştir. Bahsedilen çalışmaların sonuçlarının değişkenlik göstermesinin sebebi, çalışmalara dahil edilen kişilerin çoğunlukla öğrenci olması ile yaş ortalamalarının küçük olması görülmektedir. İncelenen araştırmalar, bu araştırmadan farklı olarak örneklemelerini üniversite öğrencileri ile sınırlamaları sebebiyle, çalışma durumunu değişken olarak almamış ve bu nedenle mevcut araştırma ile sağlıklı bir karşılaştırma sağlanamamıştır.

### 3.2.5 Genç Yetişkinlerin Medeni Hâline Göre Tutumları

Genç yetişkinlerin medeni hâline göre toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarının bağımsız değişkenler için t-testi sonuçları Tablo 9'da gösterilmiştir.

**Tablo 9. Genç Yetişkinlerin Medeni Hâline Göre Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumlarının Bağımsız Değişkenler İçin T-testi Sonuçları**

Medeni Durumu	N	Ort.(SS)	SD	t	p
Evli	72	2,97(,42698)	498	-,696	,487
Bekâr	428	3,01 (,50844)			

\*p &lt; 0,5

Genç yetişkinlerin medeni durumlarına göre toplumsal cinsiyet rolleri ile ilgili tutumları incelendiğinde; evli olan katılımcıların ortalama puanları ( $\bar{x}$ = 2,97,  $ss$ =,42698), bekâr olan katılımcıların ortalama puanlarına ( $\bar{x}$ = 3,01,  $ss$ =,50844) göre anlamlı bir düzeyde daha düşüktür ( $t(498)$ = -,696,  $p$ <0,5). Buna bağlı olarak bekâr katılımcıların toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarının, evli olan katılımcılara göre daha eşitlikçi bir yapıda olduğu sonucuna varılmıştır. Evli bireylerin ev yaşamlarında alışlageldik toplumsal cinsiyet rollerine uygun bir yaşam sürmeleri etkili bir faktör olarak değerlendirilmiştir. Bunun yanında diğer önemli bir faktör; bekâr bireylerin henüz evliliğe adım atmamış olmaları, hanedeki sorumluluklardan ve evdeki toplumsal cinsiyete ilişkin kalıpyargılardan uzak olmalarıdır.

Öcal Yüceol'un (2016) çalışmasında, katılımcıların ilişki durumuna göre tutumları incelendiğinde, flört eden kişilerin düşünce yapılarının nişanlı ve evli kişilere göre daha eşitlikçi olduğu bulunmuştur. Bunun sebebi olarak, nişanlı ve evli kişilerin ilişkilerinin sosyal çevreye karşı resmiyet kazanmış olması ve buna bağlı olarak ailelerin, sosyal çevrenin de bu ilişkiye dâhil olmasıyla, bireylerin birbirlerine karşı sorumlulukları artmış, ayrıca aile ve sosyal çevrelerinin beklentileri, ileriye dönük sorumlulukları onların tutumlarını etkilemiş olması gösterilmiştir. Buna ek olarak flört eden bekâr bireylerin ise evlilerin aksine, yalnızca birbirlerine karşı sorumlulukları olması onları daha eşitlikçi tutuma sahip yaptığı söylenmiştir. Bekleviç ve Kıran'ın (2017) yaptığı çalışmada araştırma görevlisi doktorların toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumları medeni durumlarına göre incelenmiş ancak ters bir sonuca varılarak herhangi bir ilişki bulunamamıştır.

### 3.2.6. Genç Yetişkinlerin Birlikte Yaşanılan Kişiye Göre Tutumları

Genç yetişkinlerin hane içerisinde birlikte yaşadığı kişiye göre toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarını saptamak için kullanılan tek yönlü ANOVA testinin sonuçları aşağıdaki Tablo 10'da verilmiştir.

**Tablo 10. Genç Yetişkinlerin Birlikte Yaşadığı Kişiye Göre Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumlarının Tek Yönlü ANOVA Testi Sonuçları**

	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	p
Gruplararası	,251	2	,125	,505	,604
Gruplarıçi	123,199	497	,248		
Toplam	123,450	499			

\*p &lt; .05

Genç yetişkinlerin hanede kiminle yaşadıklarına bağlı olarak toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarına bakıldığında gruplararasıda anlamlı bir fark bulunamamıştır ( $F(2, 497) = ,505$ ,  $p = ,604$ ). Araştırmada literatürdeki diğer çalışmalardan farklı olarak katılımcıların yaşamlarını hane içerisinde kimlerle sürdürdüğüne bakılmıştır. Ancak önemli bir fark bulunamamıştır. Bunun sebebi olarak, katılımcıların büyük bir çoğunluğunun ebeveynleri ile birlikte yaşaması ve araştırmaya yalnızca 18-25 yaş aralığındaki genç yetişkinlerin dahil edilmesi görülmektedir. Bu değişkene ait anlamlı bir sonuç bulunamadığı ve ayrıca bu konuyla ilgili literatürde kaynak bulunamadığı için diğer çalışmalarla karşılaştırma yapılmamıştır.

#### 4. SONUÇ ve ÖNERİLER

Araştırma Kuzey Kıbrıs'ta Gazimağusa bölgesinde ikâmet eden ve 18-25 yaş aralığında olan genç yetişkin bireylerin toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarının belirlenmesi amacı ile yapılmıştır. Genç yetişkinlerin toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarının olumlu yönde olduğu gözlemlenmiştir. Ancak bu sonucun yanında tutumlarını etkilediği düşünülen farklı değişkenlere de bakılmıştır. Bu değişkenlerine bakıldığında, temel değişken olan cinsiyet kategorisinde istenilen sonuca ulaşılarak cinsiyetler arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ve kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre daha eşitlikçi tutuma sahip olduğu gözlemlenmiştir. Eğitim düzeyi değişkeninde de tutumlar arasında farklar bulunmuştur. Eğitim düzeyi arttıkça tutumların daha eşitlikçi olduğu ve bilhassa üniversite ile ortaokul eğitim düzeyi arasında farklılık olduğu saptanmıştır. Çalışma durumu değişkeninde, çalışan katılımcıların çalışmayanlara göre daha geleneksel tutumda oldukları ve medeni durum değişkeninde ise bekâr genç yetişkinlerin, evli genç yetişkinlere göre daha eşitlikçi tutumda oldukları görülmüştür. Ancak yaş ve birlikte yaşanan kişi değişkenlerinde tutumlar arasında kayda değer bir fark bulunmamıştır. Bunun sebebi yaş gruplarının arasında çok büyük bir fark olmaması ve yaşların birbirine yakın olması, ayrıca yine yaş aralığı sebebiyle çoğu katılımcının ebeveynleriyle bir arada yaşıyor olmasıdır.

... Kadın ve erkek arasındaki tutum farklarının yok edilmesi ve geleneksel tutumların eşitlikçi tutuma dönüştürülmesi için toplumdaki bireylerin, Toplumsal Cinsiyet Şeması Kuramı'nda bahsedilen androjen bireylere dönüşmesi için çaba sarf edilmelidir. Bununla ilgili olarak eğitim düzeyi yüksek olan kişilerin düşük eğitim düzeyine sahip kişilere göre daha eşitlikçi bir tutum sergiledikleri de tespit edilmiştir. Buradan yola çıkarak eşitliğin sağlanmasındaki en önemli faktörün eğitim olduğu gözden kaçırılmamalıdır. Toplumsal Cinsiyet Şeması Kuramı'nda da bahsedildiği üzere bireyler çocukluk döneminde yaşadığı alandan topladığı bilgileri kavrar, kodlar ve analiz etmektedir. Bu edinilen bilgiler yaşadıkları kültürün onların cinsiyetine bağlı olarak yansıttığı rolleri de içermektedir. Bu nedenle bu rollerden bağımsız, daha androjen ve eşitlikçi bireyler oluşturulması için çocuğun anne ve babadan sonra en önemli sosyalleştiği alan olan okulun verdiği eğitimin dönüştürülmesi önemlidir. Kuzey Kıbrıs'ta Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı ile DAÜ-Kadın Araştırmaları ve Eğitim Merkezi (KAEM), LAÜ (Lefke Avrupa Üniversitesi), YDÜ (Yakın Doğu Üniversitesi), UKÜ (Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi), ODTÜ (Orta Doğu Teknik Üniversitesi) ve FÜ (Fırat Üniversitesi) arasında yapılan işbirliği ile imzalanan protokolün hayata geçirilmesi önem arz etmektedir. Bu protokol doğrultusunda I. Kadına Yönelik Şiddetle Mücadele Ulusal Eylem Planı çerçevesinde kararlaştırılan eğitimlerin verilmesi ve Toplumsal Cinsiyet Eşitliği konulu dersin okul müfredatlarına eklenmesi gerekmektedir. Toplumsal Cinsiyet Eşitliği konusundaki bir ders müfredata eklenerek, daha erken yaşlarda eşitlikçi tutuma sahip bireyler yetiştirilebilecektir.

Buna ek olarak çalışan bireylerin çalışmayanlara göre daha geleneksel bir tutuma sahip oldukları bulunmuştur. Konuyla ilgili olarak çalışma yaşamındaki cinsiyete dayalı ayrımcılıklar önemli görülmektedir. Özellikle iş yerinde yapılan ve çokça bilinen bir cinsiyet ayrımcılığı terfi ve yüksek makamlara atamalarda görülmektedir. Cam tavan olarak bilinen ve çoğunlukla kadınların maruz kaldığı bu ayrımcılık, kişinin iş yerinde bir seviyeye kadar gelip, sonrasında terfi alamama durumudur. Kadının ev içerisinde sorumluluklarının olması ve doğurgan olduğu için ek olarak annelik görevine sahip olması sebep olarak gösterilerek, cam tavan uygulanmaktadır. Kadının özel alandaki iş yükü, duygusal olarak nitelendirilmesi ve erkek bireylerde olan 'liderlik' becerilerinin kadında 'zayıf' olduğuna ilişkin geleneksel tutumlar, karşı cinsdeki iş arkadaşıyla aynı performansı –hatta daha fazlasını- gösterse bile cam tavan uygulamasıyla terfiyi erkek iş arkadaşı almaktadır. Kişilerin özel yaşamlarında olduğu gibi iş yerlerinde de deneyimledikleri bu geleneksel tutumdaki davranışlar, onları öğrenilmiş çaresizliğe sürüklemekte ve bu durumu değiştirmek yerine olduğu gibi kabul etmeye zorlamaktadır. Buna bağlı olarak çalışma yaşamında cinsiyet eşitsizliğine ve adaletsiz iş dağılımına maruz kalan bireyler bu durumu kendi içlerinde normalleştirerek, maruz kaldıkları ayrımcılığa tepki göstermek yerine, işinden olma kaygısıyla bu durumu kabullenmektedir.

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

Böylelikle çalışma yaşamındaki eşitsizlik günyüzüne çıkarılmayıp önüne geçilememektedir. Buna çözüm olarak ise, TOCED (Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Dairesi) Yasası ve I. Kadına Yönelik Şiddetle Mücadele Ulusal Eylem Planı kapsamında oluşturulan amaçları gerçekleştirmek ve kadına yönelik şiddeti engellemek, toplumsal cinsiyet eşitsizliği ile kadına yönelik şiddetle mücadele konusunda farkındalık yaratmak, toplumsal zihniyet dönüşümünü sağlama konusunda etkili hizmetin olmasını ve şiddete uğrayan bireylere anında müdahale yapılması amacıyla, KKTC Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı okullarda görev alan öğretmenlere, kamu çalışanlarına, Sağlık Bakanlığı'na bağlı hastanelerdeki acil servislerinde görev yapanlara, Merkezi Cezaevindeki mahkumlara, Polislere, Askerlere ve Özel sektördeki çalışanlara Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları alanında uzman olan kişilerce, Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ile ilgili eğitim verilmelidir. Bu sayede okul müfredatına eklenen Toplumsal Cinsiyet Eşitliği dersi ile bireylerin çocukluk döneminde eşitlikçi bir tutuma sahip olması sağlanırken, diğer yandan yetişkin bireylerin alacağı eğitimler ile de gerek özel gerek ise çalışma yaşamındaki geleneksel tutumlarının dönüştürülmesi sağlanacaktır.

Son olarak da bekâr katılımcıların evli katılımcılara göre daha eşitlikçi bir tutuma sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Bu sonuca varılarak aslında evlilik yaşamındaki geleneksel rollerin devam ettiği görülmüştür. Ev işlerinin ve çocuk bakımının tamamen kadına ait olduğu, evi geçindirmenin, para kazanmanın ise erkeğe ait olduğu vb. düşüncelerin özel alanda halen daha sürdürüldüğü açıktır. Bu ataerkil yapıdaki zihniyetin dönüştürülmesi ve onun yerine ev işlerinde daha adaletli ve eşit bir dağılımın sağlanması, çocuk bakımının her iki ebeveynin sorumluluğu olduğunu, hem kadının hem erkeğin çalışarak evin geçimine katkı koymasına gerektiği gibi daha eşitlikçi düşünceleri evli bireylere ve evlenecek olan bireylere kazandırmak için gerekli eğitimler verilmelidir. Bu eğitimler Kuzey Kıbrıs'taki belediyeler ile Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları üzerinde uzman kişilerin işbirliğine varılarak seminerler organize edilmelidir. Verilecek olan bu eğitim evlenmek için belediyelere başvuran çiftlere koşul şeklinde sunulması katılım sağlanmalıdır. Bu eğitimler sayesinde özel alandaki adaletsiz iş dağılımının önüne geçilmesini ve bakım yükünün ağırlığının kadının omuzlarından alınmasını sağlayacaktır. Ayrıca evi geçendirme sorumluluğu da sadece erkeğin görevi olarak görülmekten çıkacaktır.

Araştırmanın temel problemi olan genç yetişkinlerin toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutum puanları eşitlikçi tutuma eğilimli olarak belirlenmiştir. Ancak elde edilen sonuçlara bakıldığında çok yüksek puanlar ile belirgin bir biçimde eşitlikçi oldukları yorumu yapılamaz. Araştırmanın sonuçlarında katılımcıların küçük oranlarla eşitlikçi tutuma yaklaştıkları görülmekte ve bu durum toplumdaki herkes gibi genç yetişkinlerin de Toplumsal Cinsiyet Eşitliği konusunda bilinçlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Katılımcıların genç olmasının ve eğitim düzeylerinin çoğunlukla üniversite düzeyinde olmasının, tutumlarının olumlu yönde bir sonuç ortaya çıkardığı

düşünülmekle beraber yalnızca üniversite eğitiminin belirgin bir eşitlikçi tutum sergilemeye yetmediğini gözler önüne sermektedir. Bu araştırmanın sonucu ile yukarıda bahsedilen Toplumsal Cinsiyet Eşitliği eğitimlerinin verilmesinin gerekliliği ciddi düzeyde onaylanmıştır. Bu eğitimlerin yanında içinde bulunduğumuz internet çağına uyum sağlayarak sosyal medya platformlarından gençlerin dikkatini çekebilecek projeler oluşturulabilir. Onların bilinçlenmesi için alanda uzman kişilerin oluşturacağı bilgi verici videolar ve yayınlar bahsedilen platformlarda gençlerin erişimine sunulabilir. Ödüllü yarışmalar düzenlenerek gençlerden Toplumsal Cinsiyet Eşitliğini sağlamada kullanılabilecek yeni fikirler üretmeleri için fırsatlar yaratılabilir. Böylece hem bu konuda bilgi sahibi olmaları hem de katkı koymaları sağlanabilir.

Sonuç olarak araştırmadan yola çıkarak toplumun zihniyetinin eşitlikçi görüşe dönüştürülüp, ataerkil zihniyet yapısını ortadan kaldırmak için yapılması gereken ve verilebilecek en önemli öneri; toplumdaki bireylere Toplumsal Cinsiyet Eşitliği odaklı eğitimler vererek bakış açılarını dönüştürmelerini sağlamak ve bu sayede toplumdaki tüm bireylerin, cinsiyet, cinsel yönelim, cinsiyet kimliği fark etmeksizin eşit haklara, fırsatlara ve olanaklara sahip olmasının yolunu açmaktır.

### **KAYNAKÇA**

- Altınova, H. H. ve Duyan, V. (2013). Toplumsal Cinsiyet Algısı Ölçeğinin Geçerlik Güvenirlik Çalışması. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 24(2), 9-22.
- Bekleviç, A. Ç ve Kıran, S. (2017). Bir Üniversite Hastanesi Araştırma Görevlilerinin Toplumsal Cinsiyet Rollerini Tutum Ölçeği ve Çalışma Yaşamında Toplumsal Cinsiyet Rollerini Algısının Değerlendirilmesi. *BEÜ Sağlık Uygulama ve Araştırma Merkezi Hemşirelik Hizmetleri Müdürlüğü Bilimsel Çalışmalar Dergisi*, 29-37.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (22. Baskı). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Corrado, C. (2009). Sex Versus Gender Categorization. *Encyclopedia of Gender and Society: Cilt 1* (s. 356) içinde. California: Sage.
- Çelik, A. S., Pasinlioğlu, T., Tan, G. ve Koyuncu, H. (2013). Üniversite Öğrencilerinin Cinsiyet Eşitliği Tutumlarının Belirlenmesi. *Florence Nightingale Hemşirelik Dergisi*, 21(3), 181-186.
- Çelik, A. Ö. (2019). *Feminist Bir Politika Tahayyülü: Kadınların Yerel Yönetimlerde Temsili* (yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Çıtak, A. (2008). *Kadınların Çalışmasına Yönelik Tutum: Cinsiyet, Cinsiyet Rolü ve Sosyoekonomik Düzeye Göre Bir Karşılaştırma* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Çiçek, B. ve Çopur, Z. (2018). Bireylerin Kadınların Çalışmasına ve Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumları. *International Journal of Eurasian Education and Culture*, 3(4), 1-21.
- Demez, G. (2005). *Değişen Erkek İmgesi: Kabadayıdan Sanal Delikanlıya*. İstanbul: Babil.
- Dökmen, Z. Y. (2004). *Toplumsal Cinsiyet: Sosyal Psikolojik Açıklamalar*. İstanbul: Sistem.
- Dökmen, Z. Y. (2012). *Toplumsal Cinsiyet: Sosyal Psikolojik Açıklamalar*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

- Derya, Y. A., Taşhan, S. T., Uçar, T., Karaaslan, T. ve Tunç, Ö. A. (2017). Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumların Cinsel Tabulara Etkisi, *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6(1), 1-8.
- Direk, N. ve Irmak, B. (2017), Dokuz Eylül Üniversitesi Tıp Fakültesi Öğrencilerinde Toplumsal Cinsiyet Rollerine Yönelik Tutumlar. *DEÜ Tıp Fakültesi Dergisi*, 31(3), 121-128.
- Erzeybek, B. (2015). *Anne-Babaların Çocuklarını Yetiştirirken Benimsedikleri Toplumsal Cinsiyet Rollerini Tutumları* (yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Güldü, Ö. ve Ersoy, M. K. (2009), Toplumsal Cinsiyet Rollerini ve Siyasal Tutumlar Sosyal Psikolojik Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 64(3), 97-111.
- Güzel, A. (2016). Öğrencilerin Toplumsal Cinsiyet Rollerini Tutumları ve İlişkili Faktörler. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 5(4), 1-11.
- Öcal Yüceol, S. E. (2016). *Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumlar ile İlişki Doyumu ve Romantik İlişkilerde Akılcı Olmayan İnançlar Arasındaki İlişkiler* (yüksek lisans tezi). İstanbul Bilim Üniversitesi.
- Palas Karaca, P. ve Çubukçu Aksu, S. (2020). Sağlık Hizmetleri Öğrencilerinin Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumları ile Psikolojik İyi Oluşları Arasındaki İlişki. *Yaşam Becerileri Psikoloji Dergisi*, 4(7), 91-100.
- Saraç, S. (2013). Toplumsal Cinsiyet. Lerzan Gültekin, Gül Güneş, Ceylan Ertung, Aslı şimşek (Ed.), *Toplumsal Cinsiyet ve Yansımaları* içinde (s.27-32). Ankara: Atılım Üniversitesi.
- Seçgin, F. ve Tural, A. (2011). Sınıf Öğretmenliği Bölümü Öğretmen Adaylarının Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumları. *Education Sciences*, 6(4), 2446- 2458.
- şahin, M. (2011). Toplumsal Cinsiyete Duyarlı Bütçeleme (TCDB) Yazınına Kuşbakışı, *Fe Dergisi*, 3(2), 85- 100.
- Urhan, B. (2016). Kadın Emegi ve Toplumsal Cinsiyet. Feryal Saygılıgil (Ed.), *Toplumsal Cinsiyet Tartışmaları* içinde, (s. 121-151). Ankara: Dipnot.
- Uygun, K. ve Önsan, Ö. (2020). Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Toplumsal Cinsiyet Algıları. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 99-114.
- Uzun, U. S. (2013). *Örnekleme Yöntemleri*, [https://www.researchgate.net/publication/30161189\\_Survey\\_Sampling\\_Methods\\_Ornekleme\\_Yontemleri](https://www.researchgate.net/publication/30161189_Survey_Sampling_Methods_Ornekleme_Yontemleri) (13 Temmuz 2020).
- Yaşar, Z. E. ve Zorluoğlu, E. (2021). Üniversite Öğrencilerinin Toplumsal Cinsiyet Rollerinin ve Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumlarının İncelenmesi. *Erzurum Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12, 1-17.



## SANAT TARİHİ KAPSAMINDA KÜLTÜREL ETKİLEŞİM PROBLEMİ

Doç. Dr. Lale AVŞAR\*

## Öz

Sanat Tarihi biliminde kültürel etkileşim problemi pek çok konu ve alanla ilgili gündeme geldiği gibi Ortaçağ İslam seramik sanatının muhtevasında da önemli yere sahiptir. Kaynaklarda ağırlıklı Bizans ve Çin seramik sanatlarıyla yaşanan etkileşimler dile getirilmekteyken nispeten yakın zamanlarda Horasan ekolü de konuşulmağa başlamıştır. Daha çok görsel benzerlik ve teknik uygulamalardaki örtüşmeler üzerinden ele alınan bu konunun aslında çok daha geniş çerçeveye sahip olduğu yakından irdelenince anlaşılacaktır. Araştırmada insanlık tarihinde yaşanan kültürel etkileşimlerin Rus bilim insanı L. Gumilev'un *etnogene*z teorisi kapsamında değerlendirilmesi yapılmış, bunların *dikey* ve *yatay* olmak üzere iki kavramsal şekle sahip olduğu belirlenmiştir.

Sanatsal üretimlerde yaşanan etkilenme veya benimsenme gibi olayların çözümlenmesinde faydalı olabilecek bu bilgiler dışında estetik değer kavramı da gündeme getirilmiş ve ilgili hususlara değinilmiştir. Tarihte yaşanmış olan olası etkileşim problemi araştırmalarında veri yetersizliği en sık karşılaşılan durum olduğundan olayların *tersten çözüm* yöntemi teklif edilmiş ve genel hatlarıyla açıklanmaya çalışılmıştır. Bilimsel kurgu ve muhakeme yoluyla yürütülen araştırmada varılan sonuçların varsayım niteliği taşıdığı ve çeşitli somut örnekler üzerinden tecrübe edilerek onaylanması gerekmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Kültürel etkileşim, Etnogenez, Pasiyonerlik, “Dikey” ve “Yatay” etkileşimler.

## THE PROBLEM OF CULTURAL INTERACTION IN THE CONTEXT OF ART HISTORY

## Abstract

In the science of art history, the problem of cultural interaction has been raised in many subjects and fields, and it has also an important place in the content of Medieval Islamic ceramic art. Although the interactions experienced with Byzantine and Chinese ceramic arts are mostly mentioned in the literature, relatively recently the Khorasan school has also begun to be discussed. When examined closely, it is understood that this issue, which is mainly addressed in technical applications through visual similarities and overlaps, actually has a much wider framework. In the study, cultural interactions experienced in human history were evaluated within the framework of the *ethnogenesis* theory of Russian scientist L. Gumilev and it was determined that these interactions had two conceptual forms: *vertical* and *horizontal*.

Apart from this information, which might be useful in resolving of cases such as interaction or adoption experienced in artistic productions, the concept of aesthetic value was also raised and related issues were addressed. Since lack of data is the most common situation in studies of possible interaction problems that have occurred in history, the *reverse solution method* was proposed and an attempt was made to explain it in general terms. The results of the study conducted through scientific fiction and reasoning are hypothetical and these results need to be confirmed by experiencing through various concrete examples.

**Keywords:** Cultural interaction, *Ethnogenesis*, Passionarism, “Vertical” and “Horizontal” interactions.

\* Akdeniz Üniversitesi. Orcid No: 0000-0002-8990-9767, e-mail: [lale\\_avsar@hotmail.com](mailto:lale_avsar@hotmail.com)

Araştırma Makalesi

Makale Geliş Tarihi: 16.01.2021

Sayfa Sayısı: 436-449

Makale Kabul Tarihi: 03.03.2021

## Giriş

İslam sanatı müfredatında yer alan İslam seramik sanatının ait olduğu çatıyla ortak akıbeti paylaşması öteden beri olağan bir hal almıştır. Oysa diğer sanatsal gelenekler arasından kendine özgü kader ve sürece sahip olduğu O. Grabar tarafından da belirtilmiştir (Grabar, 2010: 177). Yayınlandığı tarihten itibaren temel kaynak niteliği kazanan kavramsal çalışmada İslam sanatının oluşumunu<sup>1</sup> genellemeğe çalışan bu bilim insanına göre Roma, erken Bizans ve İran sanatlarında bulunan “prototiplerin...birer dönüşümü veya alıştırmısından” ibaret olduğu kabul edilebilen Erken İslam sanatında seramik üretimi istisnai duruma sahiptir (Grabar, 2010: 177-188). Bu önemli iddianın doğruluğu mevcut üretimin yukarıda bahsi geçen üç ana kökenden farklı bir kökene dayanmasıyla ilişkilidir<sup>2</sup>. Ne yazık ki Sanat Tarihi bilimi ekolünde yerleşmiş geleneğe göre bu köken ya göz ardı edilmekte ya da etkisi mümkün mertebe küçümsenmeğe çalışılmaktadır<sup>3</sup>.

Kültürlerin karşılıklı etkileşimi tarih öncesinden günümüze kadar varlığını sürdüren ve kimi uzmanlara göre melez oluşumların ortaya çıkmasını sağlayan bir olaydır (Gülmez, 2011: 9). Bir kere kabul edilen bu melezlik orantısal değerinin boyutu konusunda düşünceleri ve olasılıkları da beraberinde getirmektedir. Kültürleri melez olan ve olmayan şeklinde gruplandırmak mümkün değilse, o zaman çok ya da az melez olanlar şeklinde mi gruplandırmak lazım? Özünde son derece geniş içeriğe sahip olan *kültürel melezlik* veya etkileşim kavramı aynı zamanda politik siparişlere geçiş sağlayan kapı niteliği de barındırır. Bu sayede istenen mevzuat dış etkilerin sonucu ilan edilerek belli kültür veya sanatın değersizleştirilmesi ve özgünlüğüne zarar verilmesi sağlanabilir<sup>4</sup>. İçeriğin bu kaygan yapısına dikkatini çeken M. Baxandall kültürel etkileşim kavramını “kaypak bir tanım” şeklinde yaftalamış ve asıl önemli olanın bu başlığın arkasında duran gerçeklerden ibaret olduğunu vurgulamıştır (agy.,1985: 58-62).

Varlığı boyunca sürekli değişen dış ve iç koşullara ayak uydurmak dürtüsünden ileri gelen dinamik yapısı sayesinde kültürlerin karşılıklı etkileşimi doğal bir süreç olarak görülmektedir

<sup>1</sup> Burada Oleg Grabar İslam Dünyasının ilk 300 yılını kastetmektedir,

<sup>2</sup> Yazarın kastettiği Türk kültür geleneğidir, lakin burada dikkate alınması gereken önemli husus tarihi İran coğrafyasında gelişen kültürlerin de tek Fars kimliğini temsil etmemesidir (Grabar, age., s. 188). Daha Rudenko tarafından belirtilen bu realite söz konusu topraklarda iki büyük etninin tarih öncesi çağlardan itibaren beraber yaşaması ve devlet idaresinde dönüşümlü olarak temsil edilmesiyle ilişkilidir (agy., 1968: 15, 52). Söz konusu durum *İran kültürü* kavramına da mal edilerek problemin bu şekilde ele alınmasını gerektirir. Bu nedenle İslam geleneği çerçevesinde iştirak eden Türk kültür kaynağından söz edildiğinde onu sadece Horasan ve Avrasya topraklarıyla sınırlamamak, günümüz İran’ın coğrafi sınırları içindeki varlığını da kabul etmek zorunludur. Aksi halde Ortaçağ ve bilhassa İslam kültürü konusuna dair bilimsel çıkarımların doğruluk oranı hem yetersiz kalacaktır.

<sup>3</sup> Prototürk ve Türk halklarını Paleolitik çağlardan itibaren yaşadığı coğrafyaya yüzyıllar boyunca hâkim olan Rus devlet geleneğinde Türk kelimesinin yasaklamasını ve kullanımdan kaldırılması buna en bariz örnektir. Gerçi adil olmak gerekirse nispeten yakın zamanlarda bu konunun kaçınılmaz gerçekliği Batı’nın ilgili bilim camiasını harekete geçirmeğe başlamış ve klasik yaklaşım yavaş yavaş terk edilmeğe başlamıştır (Canfield, 1991).

<sup>4</sup> Benzer durumu Türk kelimesinin yasak olduğu Sovyetler Birliğinde Türk kültürü yaşamıştır.

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

(Петрова, 2016: 72-73)<sup>5</sup>. İlk bakışta beğenme-benimseme eylemi olarak algılanan kültürel/sanatsal etkileşimler somut örnekler üzerinden irdelendiğinde her özel durumun kendine has bir şekilde cereyan ettiği görülmektedir. Toplumsal devingenlere dayandığı ve sonsuz çeşitlilikte gerçekleştiği bu olayların objektif yapısı mevcut mudur? Veya başka bir deyişle neyin, ne zaman ve ne sebeple sahipleneceği sorusunun cevabı bilinir mi? Diğer taraftan sahiplenme kesin olarak tespit edildiği halde rasyonel metodoloji geliştirilerek onun sanatsal etkisi veya barındırdığı sanatsal içerik ölçümlenebilir veya ileriye dönük öngörülebilir mi? Örneğin bir kültür kapsamında olağan uygulama haline gelen tekniğin başka bir kültür çerçevesine dahil edilmesi sonucunda bu yeni sanatsal ekol söz konusu yeniliği ne şekilde kullanmış, ona sahip olduğundan daha fazla değer katabilmiş mi yoksa değerinin azalmasına mı neden olmuştur? Veya benimseme neticesinde ortaya çıkan uygulamalar yeni buluşlara ve gelişmelere zemin yaratarak dallanıp budaklanması mı sağlanmış yoksa sadece kendi dar çerçevesi içinde kullanılarak daha sonra terk mi edilmiştir? Belli ki bu ve benzer soruları cevaplandırmak için öncelikle kültür ve sanat bütününe zengin müfredatında neyin statik, neyin dinamik olduğunu, bu dengenin sabit bir yapı mı, yoksa gelişim ve dönüşüm yaşayan canlı organizma mı olduğunu tespit etmek ve daha sonra benimseme sonuçlarının objektif bir nedene bağlı olup olmadığını belirlemek gereklidir. Bu bilgiler karşılıklı kültür yakınlaşmalarında nesnel ve ölçülebilir verilerle hareket etmeye, etkilenme olayının olasılığını, yönünü, kapsama alanını ve etki derecesini belirlemeyi sağlayabilirdi (Гюль, 2005: 32-38).

Kültürel etkileşim probleminin içeriğinde cevaplandırılmasını bekleyen bir diğer soru ise iki kültürün karşılaşması sırasında kimin etkin kimin edilgin olabileceğiyle ilişkilidir. Muhtemeldir ki karşılıklı ve tek yönlü etkilenme durumları yakınlaşma yaşayan kültürlerin sahip oldukları belli niteliklere bağlıdır. Sanatsal üretimle ilgili olduğu varsayılan bu nitelikleri politik/askeri güç, kültürel/sanatsal birikim ve bilimsel/teknolojik düzey kapsamları içinde ele almak mümkün olabilir mi? Tahmin doğruysa eğer söz konusu bu niteliklerin ayrışık ve toplu değerleri kültürlerin karşılaşması sırasında ne gibi rol oynamakta veya başka bir deyişle bu değerler belirleyici rol oynayıp oynamakta mıdır?

### 1. Etnogenez Teorisi ve Kültürel Etkileşim

Kültürel etkileşim problemi XX. yy. başlarında Tarih, Felsefe, Antropoloji, Etnografya gibi insan toplumu ve kültürü üzerine odaklanan bilim dallarından ayrılmış Kültürel Antropoloji veya Kültüroloji'nin araştırma konuları arasında yer almaktadır (Выжлецов, 2014: 79-94; Копырева, 2007: 6-18; Beals & Hoiyer, 1991: 9-34). Daha çok koordinasyon ve entegrasyon görevi yürüten bu

<sup>5</sup> Buna rağmen bazı bilim insanları kültürü statik yapı olarak görmektedirler (Тюгашев, 2008: 249-256).

bilim dalı günümüze kadar ortaya çıkan çok sayıda ilgili teorileri ve kültür modellerini bir araya getirerek mevcut birikim üzerinden yeni metodoloji oluşturmaktadır. Bu kapsamda yapılan sentezlerde kültür olayının, *paylaşılır, öğrenilir, tümleşik, devingen ve simgelere dayalı yapıya* sahip olduğu temel özellikler şeklinde belirlenmiştir (Haviland vd., 2008: 103-120). Konumuz açısından önem taşıyan Sosyokültürel Dinamiklerin Devrik Modellerinden biri olan *Etnogenez teorisi* de kültürün bu temel özelliklerinden biri olan *devingenlik* başlığı altında yer almaktadır (Коньрева, 2007: 44-45). Rus bilim insanı L. Gumilev'a ait *etnogenez* terimi etnik sistemlerin başlangıçtan ve yok olmaya kadar devam eden tarihi varoluş süreçlerini ifade etmek için ortaya atılmıştır (Гумилев, 2008: 39; Farzaliev ve Sazak, 2016: 117-130; İsmayılov, 2012: 1-17). Gumilev'a göre kendi içinde kapalı ve devingen modüler sistemlere sahip *etnosların*<sup>6</sup> ortaya çıkma, güçlenme, gerileme ve yok olmadan ibaret olan dört evreli *etnogenezi* bir kültürün tarihteki varlığının tüm yönleri ve durumlarını belirleyen temel etmendir (Коньрева, 2007: 45). Yokluktan (sıfırdan) başlayarak yine yoklukta son bulan etnogenez eğrisinde yükseklik arttıkça kültürün dâhili gücü ve potansiyeli artmakta, yükseklik azaldıkça ise ters yönde gelişmeler yaşanmaktadır.

Gumilev'a göre etnogenezin başlangıç noktasını tetikleyen *passionerlik* olayının ismi Latince tutku anlamına gelen "*passio*" kelimesinden türemiştir (Гумилев, 2008: 8). Biyosfer enerjisinden beslendiği (Вернадский, 1987: 45-46; Максюттов vd., 2016: 835-37) ve muhtemelen insanların şuuraltına etki ettiği kabul edilen passioner güç, toplumları ortada hiçbir neden ve çoğu zaman amaç bile olmadan harekete geçmeğe, fetihler ve kahramanlıklar yapmağa, devletler ve imparatorluklar kurmağa iter (Gumilev, 2019: 285-87; Коньрева, 2007: 45). Yirminci yüzyılda ortaya çıkan bu iki önemli kavram insanlık tarihinin farklı açıdan değerlendirilmesine ve yaşanan gelişmelerin arka planında duran nesnel devingenleri görmeğe olanak tanır.

Kültürel etkileşimler konusunu *Etnogenez Teorisi* çerçevesinde değerlendiren S. Dadaş, Türk sanatının görsel ifade diline<sup>7</sup> yönelik paradigma geliştirerek onu bir taraftan İskit kültürüne dayandırmakta, diğer taraftan ise bu dillerin oluşum evrelerine yönelik varsayım ileri sürmektedir. Buna göre olgunlaşma evresine gelmiş bir geleneksel kültürün<sup>8</sup> tasvir dili hiçbir dış etki neticesinde köklerinden koparak değişemez; yaşanan karşılıklı kültürel etkileşimler ise onun bütünlüğünü bozmadan sadece detaylarda zenginleşmesine ve çeşitlenmesine neden olabilir (Dadaş, 2016: 13-

<sup>6</sup> Karşılıklı doğa-insan etkileşimlerinde etnos en geniş sosyal birim olarak görülmektedir. Bu kelime Türkçe'deki ulus veya millet tanımlarına yakın olsa da kimi yönleriyle daha geniş mana taşır (Gumilev, 2019: 44-46).

<sup>7</sup> Kültürlerin ifade dilleri onların teorik, duygusal/düşünsel düzeyden duyulara hitap eden maddi düzeye indirgenmesine araç olmaktadır (Коньрева, 2007: 31).

<sup>8</sup> Burada kastedilen Yeni Çağ öncesinde var olan ve bazı kaynaklarda arkaik veya "premodern" adlandırılan milli kültürlerdir (Flood, 2009: 1-4; Anonim, 2002: 194). Bunları 17.yy. sonrasındaki modern milli kültürlerden ayırmak için *geleneksel* tanımı kullanılmıştır (Avşar, 2017: 967-984).

14). Dadaş'ın bu teorisi, kültürel etkileşim olayını spontane ve sonuçları öngörülemez halden daha sağlam rasyonel temellere dayanan gelişmeler zinciri haline dönüştürdüğünden<sup>9</sup> konunun inceleme perspektifi genişlemekte ve buna yönelik bazı yeni düşünceler ileri sürmeğe olanak tanımaktadır.

## 2. Yatay ve Dikey Etkilenmeler

İnsanlık tarihinde yaşanan kültürel etkileşimlere kültürlerin tarih sahnesinde var olma döngüsü açısından bakıldığında olası benimsemelerin oluşum ve gerileme evrelerinde daha etkin olduğu söylenebilir. Kültürlerin bu evreleri insan hayatında da yaşanan çocukluk ve ihtiyarlık dönemlerine benzer; birincide potansiyel/ güç henüz elde edilmemiş, ikincide ise artık yitirilmiştir. Olayı yalınlaştıran bu kıyaslamayı göz önünde bulundurarak bir faraziye geliştirmek mümkündür: ikili ilişkilerden doğan kültürel etkileşimlerde etkilenen kültürün yaşam eğrisi üzerindeki konumu etkileyene göre daha düşük noktada bulunmuş olmalıdır.<sup>10</sup> Buna göre olgunluk evresinde bulunan bir kültürün yükseliş veya gerileme aşamasındakini etkilemesi muhtemel olduğu halde, oluşum veya gerileme evresindeki kültürün olgunluğunun zirvesine yakın bulunana etkilemesi beklenemez (Avşar, 2017: 967-84). Bu türden ilişkileri *özne-nesne ilişkisi* şeklinde tanımlayan Hamidov'a göre buradaki *özne* etkileyen, *nesne* ise etkilenen taraftır (Хамидов, 2016: 59-67). Dolayısıyla kültürlerin karşılıklı ilişkilerinde belli kültürün etnogenez eğrisi üzerindeki konumundan ziyade karşılıklı konumlarının durumu önem taşır. Tarihte bu tarz ilişkilere çeşitli örnekler sunarak olayları kendi teorisi açısından analiz eden Gumilev'a ek olarak Rusya devletçiliğinde Türk Tatarlarının, İslam kültürü üzerinde Roma, Bizans, Sasani ve Horasan ve Selçukluların belirleyici rolünü hatırlatmak gerekir. Tamamen doğal nedenlerden kaynaklandığı anlaşılan bu etkiler henüz oluşum evresinde bulunan kültürün daha yüksek pasionerliğe sahip diğeriyle karşılaşmasının sonucudur. Tahmin edilebileceği gibi bu durumda etki tek yönlüdür. Oysa tarih çok daha ilginç örneklerle karşımıza çıkar. Bir dönem Bizans sanatından etkilenen Emevi İslam kültürü Abbasi döneminde tam ters yönde etki göstermeğe başlar (Brnad, 1989 1-25; Bursalı, 2016: 69-72; Demirkent, 2005; Doğer, 1997: 15-17, 77; Öney, 1971: 91-118). *Toynbe bu durumu "ters tepki" adlandırsa da yaşananların arka planında farklı türden devingenlerin olduğu anlaşılmaktadır (Agy., 1995:131).*

Yukarıda belirlenen *evrensel etkileşim kuramını* daha yakın formasyon evrelerinde bulunan kültürlerle yönelik izlendiğinde Hamidov'un "*yatay etkileme*" olarak tanımladığı durumlarla karşılaşırız (Хамидов,2016: 59-67). Pasionerlik enerjisinin miktarları bir birine yakın olan karşılaşmalarda her kültür karşısındakinden kendine uygun olanı seçerek bütünlüğüne zarar

<sup>9</sup> Karşılıklı etkileşimler kültürlerin temel varlık şartı olduğundan etkilenmeyen veya etkilemeyen kültürlerden söz etmek mümkün değildir. Kültürel etkileşim modelleri için bkz.( Хамидов, 2016: 59-67).

<sup>10</sup> Farklı kapsamda olsa da benzer fikir E. Gül tarafından da ileri sürülmektedir (Agy., 2005: 8).

vermeyecek oran ve nitelikte benimsemeler yapar ki bu türden eylemler kültürün çeşitlenmesi ve zenginleşmesine vesile olur (Бахтин, 1986: 347-354). Zaten bu benimsemelerin kültür dinamiklerinin temel eylemlerinden biri olduğu yönünde düşünceler mevcuttur (Кононова, Левашкина, 2008: 35-39). Tarihte var olmuş sayısız “yatay” kültürel denklemler arasından Abbasi ile Çin seramik ekolleri arasında yaşanan etkileşimleri örnek olarak göstermek mümkündür (Watson, 2014: 123-142). Bunların kar amaçlı ticari arka planı etkileşimin gerçekleşme olgusu ve karşılıklı yön faktörünü ortadan kaldırmaz<sup>11</sup>.

Kültürler arasında yaşanan karşılıklı veya tek yönlü etkileşimlerin temel mantığı konusunda sunulan şemanın doğruluğu kabul edildiğinde çözülmesi gereken sıradaki problem “yatay etkileşim” sırasında yaşanan benimsemelerdeki seçicilikle ilgilidir. Bu seçiciliğin hem “dikey” hem de “yatay” düzeylerde varlığı bilinse de, iki durum arasında önemli bir farkın mevcut olduğu dikkate alınmalıdır. “Dikey” etkileşimlerde benimsemelerin türü ve boyutu büyük oranda “irade dışı” gerçekleşmiş olmalıdır çünkü bu denklemde gelişiminin daha üst noktasında bulunan kültürün etki alanına<sup>12</sup> dâhil olan diğer kültür gezegeni kendi potansiyelinin doruk noktasına ulaşana kadar güçlü olan veya olanların peşinden gayri ihtiyari halde sürüklenmektedir. Oysa “yatay” etkileşimlerde karar kültürlerin kendisine aittir<sup>13</sup>. Bu durumda etkilenen kültürün etkileyenin bütüncül birliğinde neyin cazip ve gerekli görebileceği sorusu geniş olasılıklar yelpazesi barındırmaktadır. Kuşku yok ki her münferit durumda ortaya çıkan sonuç karşılaşılan kültürlerin etnik kimliği, sosyo-politik, ekonomik, teknolojik, çevresel vd. faktörlerle belirlenmektedir<sup>14</sup>. Tüm bu gerçekleri göz önünde bulundurarak kültürler arasındaki ilişkilerin *dikey* türleri için *benimseme/özümseme*, *yatay* düzeyde gerçekleşenler içinse *etkilenme/esinlenme* tanımlarını kullanmak mümkün görülmektedir. Bu ayrışım ilişki şeklinin temel mantığının algılanmasını ve ilişkide bulunan kültürlerin etnogeneze eğilimleri üzerindeki karşılıklı konumlarını kısa yoldan belirtilmesini sağlayabilirdi.

Karşılıklı etkileşim probleminin kapsamında bulunan ve cevaplandırılması gereken bir diğer soru ise dıştan gelen tesirin güç ve etki oranıyla ilişkilidir. Buna yönelik ileri sürülen bazı varsayımlara göre dış etkinin gücü devamlılık süresi (Петрова, 2016: 72-73) coğrafi yakınlık (Раевский, 1978: 63-71; Tavkul, 2007: 25-45 Agababa, 2014: 1-10), karşılaşılan kültürlerin tipolojik

<sup>11</sup> G. Basalla tarafından işlenen benzer durum teknolojik alanlarda gerçekleşen buluşların ekonomik güdüler veya Pazar talebi üzerine yapılabileceğini ortaya koymaktadır (Agy., 2019: 176-185).

<sup>12</sup> Bu etki alanını Gumilev “Etnik alan” adlandırmaktadır (Коньрева, 2007: 45).

<sup>13</sup> Rus bilim insanı D. Lihaçev’a göre dış etkilerin tesir gücü kültürün dâhili ihtiyaçlarıyla örtüşme oranına bağlıdır (Гюль, 2005: 8; Хазанов, Шкурко, 1978: 72-80).

<sup>14</sup> Kültürler arası etkileşimlerin sadece iki farklı şekilde gerçekleşebilmesini kabul eden A.A.Guseynov, bu olasılıkların sonuçlarını çağdaş dünyaya yönelik işlemiştir (ГУСЕЙНОВ, 2008: 65-70).

ve gelişim safhalarındaki benzerlik (Хазанов, Шкурко, 1978: 72-80; Гумилев, 1991: 33) gibi hususlara bağlı olarak artar veya azalabilir. Tartışılması gereksiz gözükken bu etmenlere ticari ilişkileri de eklemek kanımızca yanlış olmaz. Tarihi İpek Yolu üzerinde yaşananlar buna örnek gösterilebilir (Aksoy, 2009; Espagne vd., 2013). Doğudan Batıya ve Batıdan Doğuya akan bu nehrin sularında çok sayıda din, gelenek, düşünce ve inanış seyahat etmiş, beğendiği kıyıyı kendine mesken seçerek yerleşmiştir.

### 3. Kültürel Etkileşimlerde Sanatsal İçerik

Kültürlerin karşılıklı etkileşimlerinde önemsenmesi ve odaklanması gereken bir diğer husus ise tesirin içerik analizi konusudur. Tarih süresince kültürlerin maruz kaldığı dış etkileri E. Gül form, teknoloji ve ikonografi alanlarıyla sınırlamış olsa da (Гюль, 2005: 9), mevcut metodoloji daha geniş ve ayrıntılı tanımlama mekanizması sunmaktadır. Seramik, maden, cam, halı-kilim vd. taşınabilir maddi ürünlerin değerlendirmesinde kullanılan konu, malzeme, form, boyut, motif-ikonografi, renk, yapı ve süsleme teknikleri gibi başlıklardan oluşan eser tanımlama kriterleri (Karpuz, 2015: 91-95) aynı zamanda dış etkinin alanı ve şekline yönelik de muhtevayı belirlemek için kullanılabilirler. Ne yazık ki aslında geniş ve kapsamlı içeriği aydınlatmaya yarayan bu başlıklar daha çok nesnenin optik ve teknik özellikleriyle ilişkili olduğunda yapının sadece maddi yönlerini ihtiva etmektedirler<sup>15</sup>. Bunların arasında yer almayan, lakin sanat eserinin değerlendirilmesinde büyük önem taşıyan ustalık düzeyi kriteri de yine malzemeyle ilgili işçiliği, sanatsal düşüncenin maddiyata dönüşüm sürecinin başarı oranını ifade eder. Oysa sanatsallık değeri tüm bu şıkların ötesinde bulunan soyut bir içeriktir ve mevcut yaklaşımla ölçülmesi henüz mümkün görülmemektedir.

Çağın Düşünce Dünyasıyla (Fauconnier, 1985) ilişkili olan yaratıcılık miyarı, sanatsal tasarım, güzellik ya da estetik değer konuları arkeolojik bulguların ve tarihi nesnelerin değerlendirilmesinde dikkate alınmadığı zaman bir maddi oluşumu esere dönüştüren temel nitelik konu dışı edilmektedir. Takdir edersiniz ki bir Ortaçağ seramik atölyesinde yapılan her kap sanat eseri olmadığı gibi, Selçuklu çağında inşa edilmiş her yapının tarihi değeri ile estetik değeri arasında orantısız ilişki mevcut olabilir. Gözle görülerek algılanan bu estetik içerik ne yazık ki henüz somut bir şekilde tanımlanıp ölçülemediği. Diğer taraftan bu problemin zorluğu sadece elle tutulamayan içeriğinden kaynaklanmaz, aynı zamanda algının sübjektifliğine de bağlıdır. Kısa yoldan bu sübjektiflik “zevkler ve renkler tartışılmaz” sözüyle ifade edilmektedir. Dönemin

<sup>15</sup> Burada *yüklenmiş anlam* konusuna değinilmemesinin nedeni onun sadece gerçekçi tarzlarda yapılan süslemelerin değerlendirilmelerinde gündeme gelme olasılığından kaynaklanmaktadır.

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

entelektüel dünyasını temsil eden ve yine döneme has estetik anlayışın simgeselliğiyle maddiyata manevi değer kazandıran bu içeriğin ölçülmesi, kültürel etkileşimlerdeki rolünün ve konumunun belirlenmesini de sağlayabilirdi. Sanatsal üretimle ilgili düşüncelerimize yeni boyut kazandıran bu bilgi kültürel benimseme veya etkileşimlerin üretim zincirindeki rolünü tespit etmeye ve dış etkinin uygulama düzeyiyle sınırlı kalıp kalmadığına, çok daha derin katmandan ibaret olan duygu ve düşünce dünyasına (Mülayim, 1994: 28) da sirayet edip etmediğini belirlememize fırsat tanıyabilirdi.

Kültür kavramı üzerine yapılan araştırmalarda onun oyun ile karşılaştırılması ve bundan yola çıkarak nitelmesi yapılmıştır (Huizinga, 2018). Bu niteliklerden bazıları sanatsal içeriğin tanımlanmasına da uymaktadırlar. Maddi libasından soyutlanarak değerlendirilen sanatsallığın şartlı olduğu, gündelik yaşamın dışında bulunduğu, insanın maddi ve fiziksel ihtiyaçlarına yönelik olmadığı, kendi içinde rekabet hissine sahip olduğu, sosyal beklentiler barındırmadığı ve malzemesinin güzellik olduğu söylenebilir (Копырева, 2007: 14). Muhtemelen insanın manevi dünyasının türevi ve ruhunun ihtiyaçlarıyla ilişkili olduğundan sanatsallığın ölçülmesi veya tanımlanması bu kadar zordur.

Yukarıda sözü geçen ve estetik içeriğe diğer kriterlerden daha yakın duran *ustalık düzeyi* anlayışının kimi karşılıklı kültürel etkileşimlerde belirleyici rol oynadığına da değinmek gerekir. Sanatın her hangi bir dalıyla belli bir süre uğraşan kişilerin de bildiği gibi bir ustanın diğerinden etkilenmesi için diğerinin daha üstün ustalık meziyetlerine sahip olması gerekir. Sanat okullarında eğitim alan öğrencilerin zaman zaman ünlü sanatçıların etkisi altında kalarak tarzlarını taklit etmeleri bu basit gerçeğe açıklanabilir. *A. J. Toynbee tarafından çok yalın bir şekilde ifade edilmiş bu ilişki şekli “daha kuvvetli olan (ki bu durumda daha becerikli demek daha doğru olacaktır) daha zayıf olanı etkisi altına alır” denkleminde dönüştürülmüştür (Agy., 1995: 129)*. Sanatsal üretimlerde bu kuralın işlemesi kültürel etkileşimlerin “yatay” yönde devam etmesine bağlıdır. Kendi etnogenez eğrileri üzerinde buldukları noktaların yakınlığı neticesinde “güçlerinin tahmini eşitliği” söz konusu kültür karşılaşmalarının “diyalog” düzeyinde seyretmesini sağlar (Тюрашев, 2008: 249-56). Oysa birinin daha çok verici, diğerinin ise daha çok alıcı olduğunu “dikey” etkileşimlerde eşitliğin sağlanmadığı için toplumsal çapta kendini gösteren moda eğilimi; özenme, imrenme, kıskanma türünden duygulardan güç alarak tüm diğer gerçeklerin önüne çıkmaktadır. Bu denli baskın ve etkin



dış gücün önünde ustalık düzeyindeki ayrıcalığın ayakta kalabilmesi ne yazık ki mümkün olmamaktadır<sup>16</sup>.

#### 4. Problemin Tersten Çözümü

L.N. Gumilev'un "bir sorunun doğru tertibinde onun cevabı saklıdır" düşüncesini takiben (Agy., 2008: 7) kültürler arasındaki etkileşim problemi kapsamında çözülmesi gereken soruları tartışmamızın nedeni söz konusu problemin sınırlarını ve içeriğini belirtmek değil, önemi ve özelliklerini bir daha dile getirmek olmuştur. Söz konusu sorular cevaplandırılmadığı zaman konuyla ilgili düşünceler, daha çok eğreti düzeyinde kalacaktır. Oysa problemin çözümüne farklı bir açıdan yaklaşmak mümkündür. Bu yaklaşım, sanatsal olgunun ortaya çıktığı tarihin öncesinde yaşananları değil; sonrasında yaşananları analiz etmekten ibarettir. Bu farklı yaklaşım dış veya iç etmenlerin etkisiyle ortaya çıkan özgül sanatsal olayların kültür dâhilinde farklı şekilde varlığını sürdürmesi gerekir düşüncesine dayanmaktadır. Muhtemeldir ki kültüre yabancı olan dış etkilerden kaynaklanarak oluşan sanatsal tarz, teknik veya herhangi bir uygulamanın tatbik edilmesiyle kültürün kendi iç devingenlerinden beslenerek gelişmiş sanatsal olguların uygulanması ve yaşatılması arasında bir takım farklılıklar mutlaka olmalı. Bu konunun derinden incelenmesi kültürler arası etkileşimler dışında kültürlerin yaşam şekline yönelik de faydalı veriler sağlayabilir.

Problemin bu farklı açıdan çözüm ayrıntılarına girmeden önce teklif edilen yeni metodun hangi türen ilişkilere yönelik etkili olabileceğini tartışmak gerekir. Yukarıda yapılan kısa tespitlerden yola çıkarak bu yöntemin yatay etkileşimlerin analizinde daha faydalı ve verimli olabileceği düşünülebilir. Tekâmül yolunda duran ve henüz kimliğini tam olarak belirlemeyen bir kültürün dış etmenlere karşı davranışı ortak potada birikim oluşturmaktan ibaretken, gelişim eğrisinde yatay konuma geçen bir kültür çok daha seçici ve ferdiyetçi davranmaktadır (Avşar, 2017: 61-78). Birincide sahiplenmeler oluşumun temel kaynağıyken ikincide özel durumlardan ileri gelmekte, belirli estetik kaygılardan oluşan süzgeçten geçirilmekte ve mevcut sanatsal içeriğin çeşitlenmesine hizmet etmektedir. Bu nedenle kültürler arasında yaşanan yatay etkilenmeler bir olgu yumağı içinden alınan detayın farklı bir yumak içine yerleştirilmesine benzer. Bu durumda yeni organizmaya alışma, uyum sağlama, onun bir parçası haline gelme sürecinin farklı zaman-mekân bileşimlerinde değişik başarı oranları sergilediğini tahmin etmek yanlış olmaz. Lakin bu kaynaşma oranı ne kadar yüksek olursa olsun "yabancı" detayların "orijinal parçalar" gibi davranması beklenemez. Dolayısıyla burada takip edilmesi gereken hususlar sanatsal üretimde

<sup>16</sup> Makine halılarının el dokuması halılardan, sentetik kumaşların keten ve pamuk ipliğinden yapılmış kumaşlardan, plastik malzemenin doğal malzemelerden daha fazla rağbet görmesi gibi olaylar bu "dikey" etkileşimlerin neticesidir.

ortaya çıkan yeni oluşumun devamlılığı, entegrasyonu, sürdürülebilirliği, kalıcılığı, yayılmacılığı, çeşitlenmesi ve diğer sanat gelenekleriyle bağdaşma oranlarıyla ilişkilidir.

Farklı sanatsal oluşumların kültür dâhilinde sürdürülmesiyle ilgili konular incelendiğinde insan faktörünün ve bu faktörle ilişkili geniş yelpazenin de etkin ve kimi zaman belirleyici rol üstlendiği unutulmamalıdır. Bu anlamda büyük önem taşıyan etnografya bilimi bir kültür çatısı altında bulunan bireylerin kimlik niteliklerine yönelik geniş içerik barındırmaktadır. Sanatsal üretimin tüm dallarıyla ilişkili olan bu içerikte insan alışkanlıkları gibi önemsiz gözükken olgu bazen tüm döneme damgasını vurabilir. İslam mimarisinde klasik medrese yapılarının Horasan'ın ev mimarisindeki *dört eyvanlı merkezi alanlı* plana sahip olmasının, burada ders veren ilk hocaların “rahat olabilecekleri” ortam tercihlerinden kaynaklanması bu kapsamda sunulabilecek çok sayıda örneklerden sadece birisidir (Eravşar, 2018). Dikey etkileşimi temsil eden bu örnek aynı zamanda çözüm önceli bulunmayan durumlarda olasılıklardan birinin tercih edilme mantığını açıklamaktadır.

Ortaçağ kültürlerinde sanatsal gelişmelerin yönetici sınıf ve yerel gelenek olmak üzere iki temel kaynaktan beslendiği bilinmektedir (Grabar, 2010: 176-182). Bu çağlarda yönetici sınıfı genellikle hanedan aile ve saray ileri gelenleri temsil ederken yerel gelenek Grabar'ın ifade ettiği şekliyle “kentsel burjuva” tarafından desteklenmekteydi (Agy, 2010: 179-180). Devletin içinde ortak kültürün elit ve kırsal zevklerini destekleyen bu iki sınıf bazen de tamamen farklı kültürel çevrelerden oluşabiliyordu<sup>17</sup>. Her iki durumda sanatsal olgunun kaynağını tespit etmek üzere mevcut siyasi yönetimin öncesi ve sonrasında yaşananlar ile o iktidarın zamanında yaşanan gelişmelerin karşılaştırılması yapılmakla birlikte yabancı kültüre sahip iktidar gücün kendi öz (interland) alanı yakından incelenmektedir (Ремпель, 1978: 29). Ne yazık ki genel kabul gören bu uygulamaya yönelik kesin hükümlere sahip değerlendirme metodoloji (geliştirilmediğinden bazı keyfi yorumlarla karşılaşılabılır<sup>18</sup>. Bu keyfilik özellikle “göçebe kültür” tanımıyla damgalanan Türk ve Prototürk kültürleriyle ilişkili konularda karşımıza çıkmaktadır. Oysa konuya vakıf olan kimi uzmanlar göçebe kültürlerin ortaya koyduğu sanatsal gelenekleri yerleşik kültürden daha yüksek değerlendirmektedirler<sup>19</sup>. Dolayısıyla burada var olan sıkıntının bilimsel yöntemlerin yetersizliğinden ziyade yanlılık veya bilgisizlikten kaynaklandığı söylenilebilir.

<sup>17</sup> Burada dışarıdan gelerek bölgeyi hâkimiyeti altına alan güçlerden söz edilmektedir.

<sup>18</sup> Baktria-Margiana veya Kuşan kültürünün Selefkoşlar aracılığıyla Antik Yunan'a, 9-10.yy. Horasan kültürünün Samaniler vesilesiyle Farslara mal edilmesinin yanı sıra Büyük Selçuklu İran kültürünün de yine Fars kültürü olarak görülmesi pozitif bilimlerde kabul görmemesi gereken keyfilik içermektedir.

<sup>19</sup> Göçebe yaşam tarzında sanatsallık soyut bir güzellik ihtiyacının karşılanması şeklinde değil, yaşamın vazgeçilmez koşullarından biri olarak görülmektedir ve temel özellikleri doğallık, fonksiyonellik ve taşınabilirliktir. Bu yaklaşım göçebe sanat üretimlerinin tamamında var olan ana mantık ve temel gerektirir (Rasonyi, 2002: 350-377).

**Sonuç**

Malzemeye bağlılığı vesilesiyle zaman ve mekanla ilişkisi yoğun olan Sanat Tarihi biliminin diğer rasyonel ve pozitif bilim dallarına uygun araştırma metodoloji geliştirmesinin büyük önem taşımakla birlikte bazı zorluklar barındırdığı bilinen bir gerçektir (Mülayim, 1994: 13-14). Temel kimliği tarih ve sanata bağlılık olarak tanımlanabilen bu bilimde insan faktörünün rolü ve akabinde saklanan rastlantısallık belki de en büyük mihenk taşlarından biridir. L. Gumilev'un *etnogenez* teorisi bu konuya yeni boyut kazandırarak tutarsızlığı ve fevriliği kurama dönüştürmektedir. Yirminci yüzyılın en büyük buluşlarından biri sayılan bu teori "sanat tarihinin malzeme yığını...kaos'unun dizginlenmesine" yarayacak yeni bir yol şeklinde tercih edilebilir (Mülayim, 1994: 11, 332).

Sanat tarihi biliminde varlığı kabul edilen lakin tanımından belirsiz içeriğinden dolayı hep kaçınılan diğer problem ise estetik değer kavramıyla ilgilidir. Bu problemin geniş multi disiplinler içeriği <sup>20</sup> araştırmacılar için ciddi zorluklar barındırır da ilk aşamada *geleneksel* ve *modern* ayrışımının (Avşar, 2017: 61-78) işe yarayabileceği kanısındayız. Bu ayrışım yukarıda sözü geçen belirsizliği bir nebze olsun ortadan kaldırmakta ve yaratıcılık sürecinde takip edilen yola akılcı bir dış çerçeve kazandırmaktadır. Varsayım düzeyinde bulunan bu iddianın değerlendirilmesi ve tartışılması "Türk Minyatür Sanatının Tasvir Dili" teorisinin de tanınmasına vesile olabilir (Даш, 2006). Diğer taraftan güncel içeriğinden dolayı gündeme alınması gereken bu konuda yanlış varsayımlarda bulunmak tehlikesi hiçbir girişimde bulunmamaktan daha faydalı gözükmektedir.

Sanat tarihi ve arkeoloji alanlarının ortak malzemesi olan tarihi sanatsal üretimlerde kültürler arasında karşılıklı veya tek yönlü etkileşimler sık sık ortaya çıkan bir diğer problemidir. Bu konu özellikle yeni bir atılım, uygulama veya tarz gözlemlendiği zaman akla gelmekte, söz konusu olgunun muhtemel kaynağı olarak diğer olasılıklar arasında görülmektedir. Bu sırada dış etki tespiti için tarihte yaşanan ve özellikle uluslararası düzeyde gerçekleşen ilişkiler adım adım takip edilmeli ve bunlardan doğabilecek sonuçlar gözlemlenmelidir. Çoğu olaylarda yetersiz veriler problemin çözümünü zorlaştırdığından "*tersten inceleme*" yöntemi farklı bir araştırma metodu olarak tercih edilebilir. Su yüzeyinde yarattığı dalgalanmayla düşen taşın fiziki parametrelerinin ilişkilendirilmesi gibi bir kültürde ortaya çıkan yeni gelişmenin tabiatı da oluşturduğu sonuçlarıyla doğrudan bağlantılı olmalıdır. Yumağın geriye sarılmasıyla bilgilere ulaşma yolu faraziyesi Sanat Tarihi'nde rasyonel bilimlere has nesnellikte "kapılardan" biri olarak görülmektedir.

<sup>20</sup> Bu içerikte psikoloji, sosyoloji, tarih, etnografya ve diğer bilim alanlarına pay düşmektedir.

**Kaynaklar**

- Agababa, Naile (2014). “Slav ve Türk Dillerinin Karşılıklı Etkileşimi”, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 1/1,2014 s. 1-10.
- Aksoy, Yahya (2009). Si-An’dan Tiran’a Tarihi İpek Yolu, “Araştırma ve İnceleme” Dizisi: 8, Ankara: Kültür Bakanlığı.
- Anonim (2002). Глобализация: контуры XXI века. Реферативный сборник. Часть 1. Москва: РАН ИНИОН.
- Avşar, L. (2017). “Dâhili Gözle Görülen Dünya, Türk Sanatının Oluşumu Ve Tasvir Dili”, İDİL Sanat ve Dil Dergisi, Sayı 31/ Bahar II/ 2017 www.idildergisi.com, s. 967-984.
- Basalla, George (2019). Teknolojinin Evrimi (çeviren Cem Soydemir), Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baxandall, Michael 1985. ‘Excursus against influence’, in: Patterns of Intention, Yale University Press.
- Beals, Ralph Leon ve Hoijer, Harry (1991). “Antropolojinin Konusu ve Alanı” (çeviren Yrd. Doç. Dr. Gürbüz Erginer), Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi, Cilt 35, Sayı 2 (1991), s. 9-34.
- Brand, M. (1989). “The Turkish Element in Byzantium”, Eleventh Twenty Centuries. Dumbarton Oaks Paper, Vol.43, 1-25;
- Bursalı, M. (2016). “Bir Merkez Sembol Olarak Bizans ve Selçuklu Döneminde Hayat Ağacı Motifi”. 1. Uluslararası Sevgi Gönül Bizans Araştırmaları Sempozyumu, 25-28 Haziran 2007, İstanbul, 69-72;
- Canfield, Robert L. (ed.) (1991). Turko-Persia in Historical Perspective, Cambridge: Cambridge University Press.
- Demirkent, I. (2005). Türk Yaşamının Bizans'a Etkilerinden Bir Kaç Örnek. İstanbul: Dünya Kitapları.
- Doğer, Lale (1997). “İslam Sanatı Etkisinde Kuş Figürlü Bizans Seramikleri”, Arkeoloji ve Sanat, 77, s. 15-17.
- Eraşar, Osman (2018). “Nizamiye Medreseleri ve Selçuklu Dönemi Medrese Mimarisinin Ortaya Çıkışı”, “Doğumunun 1000. Yılında Nizamülmülk İlmî” Bilimsel Kongresi, 6 -8 Nisan 2018, Konya.
- Espagne, Michel; Gorshenina, Svetlana; Rapin, Claude ; Berdimuradov, Amridin; Grenet, Frantz (2013). Cultural Transfers in Central Asia: before, during and after the Silk Road (co-edited with Shahin MUSTAFAEV, Paris-Samarkand : IICAS.
- Farzaliev, Akif ve Sazak, Gözde (2016).“Lev Nikolayeviç Gumilev ve Etnogenez Teorisi”, Türkiyat Mecmuası, c. 26/1, 2016, s. 117-130.
- Fauconnier, Gilles (1985). Mental Spaces: Aspects of Meaning Construction in Natural Language, Cambridge, MA: The MIT Press.
- Finbarr B. Flood, (2009). Objects of Translation: Material Culture and Medieval “Hindu-Muslim” Encounter, Princeton: Princeton University Press.
- Grabar, Oleg (2010). İslam sanatının Oluşumu (Çeviren Nuran Yavuz), 4. Baskı, İstanbul: Kanat Kitap.

- ...  
Gumilev, L. N. (2019). *Ernogenez Halkların Şekillenışı Yükseliş ve Düşüşleri* (İngilizceden çeviren D. Ahsen Batur), 4. Baskı, İstanbul: Selenge Yayınları.
- Gülmez, Bahaddin (2011). *Kültür Tarihi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Haviland, William A.; Prins, Herald E.L.; Walrath, Dana & McBride, Bunny (2008). *Kültürel Antropoloji* (Çeviren İnan Deniz Erguvan Sarıoğlu), İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Huizinga, Johan (2018). *Homo Ludens: Oyunun Kültür İçindeki Yeri Üzerine bir Deneme* (Çeviren Orhan Düz), İstanbul: Alfa Yayınları.
- İsmayılov, Meşdi (2012). “Avrasyacı Lev N. Gumilev’un Tarih Görüşünde Türk Etnosunun Etnogenezisi Meselesi”, *Avrasya İncelemeleri Dergisi (AVİD)*, I/1 2012, s. 1-17.
- Karpuz, Haşim (2015). *Arkeoloji, Sanat Tarihi ve El Sanatlarında Araştırma Metotları*, Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Kuban, Doğan (2008). *Selçuklu Çağında Anadolu Sanatı*, İstanbul: YKY.
- Mülayim, Selçuk (1994). *Sanat Tarihi Metodu*, 2. Baskı, Eskişehir: Bilim Teknik Yayınevi.
- Öney, Gönül (1971). *Bizans Figürlerinde Anadolu Selçuklu Etkisi*. *Selçuklu Araştırmaları Dergisi*, Malazgirt Zaferi Özel Sayısı, III , 91-118.
- Rasonyi, Laszlo (2002). “Tarihte Türklük”, *Türkler Ansiklopedisi*, I, Ankara: Yeni Türkiye Yayınları, s. 350-377.
- Tavkul, Ufuk (2007). “Kültürel Etkileşim Açısından On İki Hayvanlı Türk Takviminin Yayılışı”, *Modern Türklük Araştırmaları Dergisi*, 4/1 (Mart 2007), s. 25-45;
- Watson, Oliver (2014). “Revisiting Samarra: the Rise of Islamic Glazed Pottery”, *Beiträge zur Islamischen Kunst und Archäologie*, Band 4, pp.123-142.
- Бахтин, Михаил Михайлович (1986). “Ответ на вопрос редакции «Нового мира»”, *Эстетика Словесного Творчества*, Москва: Искусство, с. 347-354.
- Вернадский, Владимир Иванович (1987). *Химическое строение биосферы Земли и её окружения*, Москва: Наука.
- Выжлецов, Павел Геннадиевич (2014). “Основные положения культурного эволюционизма Л. Уайта”, *Философия и Гуманитарные Науки в Информационном Обществе*, Выпуск № 3(5) июль – сентябрь/2014, с. 79-94;
- Гумилев, Лев Николаевич (2008). *Конец и вновь начало: популярные лекции по народоведению*, Москва: Айрис-пресс.
- Гумилев, Л.Н. (1991). *Тысячелетие Вокруг Каспия*, Баку: Bilim.
- Гусейнов, А. А. (2008). “Диалог Культур: Возможности и Пределы”, *Диалог культур и партнерство цивилизаций: VIII Международные Лихачевские научные чтения*, 22–23 мая 2008 г. — СПб.: Изд-во СПбГУП, с. 65-70.
- Гюль, Эльмира (2005). *Диалог культур в искусстве Узбекистана (античность, средневековье)*. Ташкент: PRINT-S.
- Дадаш, Сиявуш (2006). *Теория Формального Изобразительного Языка Тюркской Миниатюры*, İstanbul: Mega.

- Кононова Е.А., & Левашкина О.Ю. (2008). Заимствования как фактор культурной динамики. Инженерные технологии и системы. Вестник МГУ. 2008. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zaimstvovaniya-kak-faktor-kulturnoy-dinamiki> (дата обращения: 28.02.2021).
- Коньрева И. В. (2007). Культурология: учебное пособие, 2-е изд., перераб. и доп. – Комсомольск-на-Амуре: ГОУВПО «КНАГТУ».
- Максютов, И. Р. ve Рахматуллин, Р. Ю. (2016). “Вклад В. И. Вернадского в развитие естественных наук”, Молодой ученый, № 20 (124), Октябрь 2016, с. 835-837.
- Петрова, С.И. (2016). “Динамика Культурных Процессов”, Международный Научный Журнал «Инновационная Наука» № 4/2016, с. 72-3.
- Раевский, Д.С. (1978). “«Скифское» и «греческое» в сюжетных изображениях на скифских древностях (к проблеме антропоморфизации скифского пантеона)”, Античность и античные традиции в культуре и искусстве народов советского Востока, с. 63-71.
- Ремпель, Лазар Израилевич (1978). Искусство Среднего Востока, Москва: Советский Художник.
- Руденко, Сергей Иван., (1968). Древнейшие в Мире Художественные Ковры и Ткани из Оледенелых Курганов Горного Алтая. Москва: Искусство.
- Тойнби, Arnold. Дж.(1995). Цивилизация перед судом истории: Сборник. Москва: Наука.
- Тюгашев, Е.А. (2008). “Почему Невозможен Диалог Культур: Онтологические Запреты “, Социальные коммуникации и эволюция обществ : сб. ст.международной научно-практической конф. / редкол.: В.В. Богданов, И.А. Вальдман (гл. ред.) [и др.]; Новосиб. гос. техн. университет. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, с. 249-256.
- Хазанов, А.М.. & Шкурко, А.И (1978). “Воздействие античной культуры на искусство и культуру скифо-сарматского мира”, Античность и античные традиции в культуре и искусстве народов Советского Востока. Сб. ст. под ред. И.Р.Пичикян. Москва: Наука, с. 72-80.
- Хамидов, А. А. (2016.). “Основные типы взаимоотношения культур”, Проблема культурного взаимодействия: история и современность, по материалам международной научно-практической конференции «Проблемы культурного взаимодействия в современном мире» 26-27 мая 2016 г., Москва, МГИК, с. 59-6

**ÇANKIRI'NIN KIZILIRMAK İLÇESİNDE “KINA GECESİ” VE “GELİN ALMA” GELENEĞİ ÜZERİNE**

**Dr. Öğr. Üyesi Şerife ÖZER\***  
**Tayyibe TÜRK\*\***

**ÖZ**

Gelenekler, insan topluluklarını ortak bir paydada buluşturarak toplumu var eden sosyal ritüellerdir. Toplumun en küçük yapı birimi ve kültür aktarıcısı ise ailedir. Bu nedenle Türk kültüründe aile kavramına büyük değer verilmiştir. Ailenin oluşturulması da çevrede yaşayan diğer insanlara; kız isteme, nişan, nikâh, kına gecesi, gelin çıkma gibi pek çok ritüel ile duyurulmaktadır. Bu ritüeller tüm Türkiye’de yöresel farklılıklar göstermektedir. Düğün ritüellerinin yöresel farklılıklara rağmen en önemli ortak özelliği ise bütün toplumlarda bu ritüellere büyük değer verilmesi ve çeşitli eğlence törenleri ile kutlanmasıdır. Çankırı Kızılırmak’ta da düğün eğlenceleri; geçmişten beri toplumsal değerini kaybetmeden, zamanın şartlarına göre bazı değişiklikler göstererek, uygulanmaya devam etmektedir.

Bu çalışmada Çankırı ili Kızılırmak ilçesinde kına gecesi ve gelin alma törenindeki ritüeller, sahada yapılan derleme çalışmaları sonucunda toplanmıştır. Bu ritüeller, görüşme yaptığımız 14 kaynak kişinin yanı sıra alan çalışmasında elde ettiğimiz 4 eski kaynak video ve fotoğraflar oluşturmaktadır. Kaynak kişiler seçilirken yörede uzun süreden beri ikamet etme, yörenin düğün geleneğini iyi bilme, gelenekleri uzun yıllardan beri şahsen tecrübe etme ve böyle ailelerde yaşamış olma kriterleri esas alınmıştır.

Alan çalışmamızda, kaynak kişilerin evlerine gidilerek önceden hazırlanmış sorular kaynak kişilere sorulmuş ve cevapları kayda alınmıştır. Derlenen malzemeler hem ses kayıt cihazına kaydedilip hem de yazıya aktarılmıştır. Kaynak kişilerin bazıları seslerinin kaydedileceğini duyunca konuşmaya çekinmiş, seslerinin yayımlanmayacağı ve kayıtların yazıya dökülerek kullanılacağını belirtmesi üzerine ses kaydı ile bilgi vermeyi kabul etmişlerdir. Çalışmamızın malzemelerini; alınan ses kayıtları, kaynak kişilerin evlerinde bulunan video kayıtları ve fotoğraflar oluşturmaktadır.

**ANAHTAR KELİMELER:** Çankırı, Kızılırmak, gelenekler, kına gecesi, gelin alma, düğün töreni.

**A RESEARCH ON THE HENNA NIGHT AND THE TRADITION OF TAKING BRIDE IN ÇANKIRI PROVINCE KIZILIRMAK DISTRICT****ABSTRACT**

Traditions are social rituals that create a society by bringing human communities together on a common ground. The smallest building unit and cultural transmitter of the society is the family. For this reason, the concept of family is highly valued in Turkish culture. The creation of a family is also announced with many other rituals such as asking, engagement, wedding, henna night, and leaving a bride. This ritual shows all the regional differences in Turkey. Despite local differences, the most important common feature of wedding rituals is that these rituals are highly valued in all societies and celebrated with various entertainment ceremonies. Wedding entertainment also in Çankırı Kızılırmak; since the past, it continues to be applied without losing its social value, showing some changes according to the conditions of the time.

In this study, the rituals of the henna night and bride taking ceremony in Kızılırmak district of Çankırı were collected as a result of the compilation studies carried out in the field. This information consists

\* Çankırı Karatekin Üniversitesi, Çankırı-Türkiye e-mail: soezer@gmail.com,  
serifeozer@karatekin.edu.tr Orcid ID:0000-0002-1167-9317

\*\* Çankırı Karatekin Üniversitesi Yüksek Lisans Öğrencisi. Çankırı-Türkiye: e-mail: trk.taybis@gmail.com  
ORCID: 0000-0002-7517-5855

Araştırma Makalesi.

**Makale Geliş Tarihi: 02.02.2021**

Sayfa sayısı:450-468

**Makale Kabul Tarihi: 09.03.2021**

of the 14 resource people we interviewed, as well as the 4 old source videos and photos we obtained during the field study. The criteria of residing in the region for a long time, knowing the wedding tradition of the region well, experiencing the traditions personally for many years and living in such families were taken as the basis for the selection of resource persons.

In our field study, pre-prepared questions were asked to the resource persons' homes and their answers were recorded. The collected materials were both recorded on a tape recorder and transcribed. Some of the source people hesitated to speak when they heard that their voices would be recorded, and when it was stated that their voices would not be published and the recordings would be written and used, they agreed to provide information with audio recording. Materials of our study; The recorded sound recordings create video recordings and photographs in the homes of resource persons.

**Keywords:** Çankırı city, Kızılırmak city, tradition, hennanight, taking bride, wedding ceremony.

## GİRİŞ

İnsan din, ahlâk, gelenek, görenek ve oluşturduğu töreleriyle diğer canlılardan farklılık göstermektedir. Bu unsurlar aynı zamanda bireyi toplumun bir parçası haline getirmekte ve doğduğu andan itibaren yaşamına şekil vermektedir. Yaşamı şekillenen birey daha sonra aktarıcı durumuna geçecek ve bu unsurları gelecek kuşaklara iletecektir (Nurgül Behiç 2018: 633). Aktarımın yapılamadığı durumlarda toplum olma, millet olma vasfı da kaybolacaktır (Ersoy 2018: 4). Bireyin elde ettiği geleneklerini kendinden sonra gelen nesillere aktarımı; bugün yaşayan toplumun dününü unutmamasını, dün ile bugünün nesilleri arasında ortak yaşamışlıklarının olmasını sağlayacaktır. Ortak yaşamışlıklar sayesinde gelenekler değişikliğe uğramışsa da bir arada yaşayan insanların birlikteliklerinin sembolleri olarak sürekli var olacaktır (Akgün 2020: 155). İnsanların var olan birliktelikleri sayesinde de toplum ve millet kaybolmayacak, yaşamaya devam edecektir. “*Nasıl ki bir organizma, iskelet üzerinde ayakta duruyorsa, toplumlar da gelenekleri üzerine ayakta durur*” (Dikici 2001: 253). Milletlerin ya da toplumların dağılmaması için gelenek ve göreneklerin kaybolmaması ve gelecek kuşaklara aktarımı gereklidir. Bu durumda toplumsal yaşamın ana unsurlarından olan aileye büyük görev düşmektedir (Gökçe 2012: 51). Çünkü aktarıcı durumdaki bireyin yaşamının şekillenmesini sağlayan ilköğrenim yeri ailesidir.

Yaşamımızı yönlendiren geleneklerin, toplumda büyük değer taşıyan aile üzerindeki etkisi çok yüksektir. Bu gelenekler aile kurma ritüellerini belirlemekle kalmayıp bütün aile hayatının önemli bir bölümünü de etkisi altına alır. Aile kurmak için atılan her adımda çeşitli düğün gelenekleri karşımıza çıkmakta ve toplum bu gelenekleri büyük bir eğlence ile icra etmektedir (Berber 2009). Bu gelenekler özellikle küçük yerleşim yerlerinde adeta bir bayram havasında kutlanılmaktadır (Boratav 2015: 191). Diğer yörelerde olduğu gibi Çankırı- Kızılırmak'ta da düğün ritüellerinin her biri ayrı bir coşkuyla uygulanmaktadır. Tüm Türkiye'de büyük kutlamalar halinde ve zevkle yapılan bu eğlenceler, yöreden yöreye farklılık göstermektedir. Dursun Yıldırım'ın da



dediği gibi “Kültür, farklılığın güzelliğini yaratarak milli kimlikleri korumaktır”(Yıldırım 2016: 126) Toplumsal eğlencelerdeki bölgesel farklılıkların her biri ayrı bir güzellik ve o toplumu süsleyen kıymetli bir taş gibidir. Kıymetli taşları ortaya çıkartma görevi ise alan derlemecilerine düşmektedir. Bizim derleme çalışmamız da Çankırı- Kızılırmak'ta icra edilen “kına yakma” ve “gelin çıkma” gelenekleri üzerine yapılmış bir alan çalışmasıdır.

## 1. ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ:

Çalışmada ilk olarak literatür taraması yapılmış ve alanda sorulacak sorular hazırlanmıştır. Saha taraması yapıldıktan sonra alana çıkılmış ve çalışmamıza kaynak olabilecek 14 kişi tespit edilmiştir. Mülakat tekniği ile kaynak kişilerle görüşülmüş, yapılan görüşmeler ses kaydına alınmıştır. Bazı kişiler ses kaydı kullanılmasına taraftar olmasa da, seslerinin yayımlanmayacağını, yalnızca eksik bilgi olmaması için ses kaydı yapmak istediğimizi belirttikten sonra izin vermişlerdir. Kayıt altına alınan bilgilerin yanı sıra konu ile alakalı video ve fotoğraflar da derlenerek kaynak kişilerin izni neticesinde çalışmamızda yer almıştır.

Çalışmamızda kaynak kişilerin ikamet yerlerinin Kızılırmak ilçesi olmasına ve uzun yıllardan beri orada yaşayan aile bireylerinden olmasına özen gösterilmiştir. Seçilen kaynak kişilerden yalnızca biri Ankara'da ikamet etmekte iken ikisi ise Çankırı'da ikamet etmektedir. Bu kişiler sonradan ikamet yerini değiştirdiği için Kızılırmak geleneklerine göre yetişmiş şahıslardır. Diğer 11 kişinin ikamet adresi ise Kızılırmak'tır. Aynı zamanda bu kaynak kişileri seçerken düğün geleneklerini iyi bilen kişiler olmasına dikkat edilmiştir. Keza en küçüğü 32, en büyüğü 86 yaşında olan kaynak kişilerimizden bazıları; düğünü yönlendiren, hangi uygulamanın ne zaman yapıldığını iyi bilen, toplumun ileri gelenlerinden oluşan ve gelenekler hakkında deneyimli kişilerdir. Bilgi edinmek amacıyla yaptığımız görüşmeler, kaynak kişilerin evlerine gidilerek bizzat yüz yüze gerçekleştirilmiştir.

## 2. ARAŞTIRMA ALANININ TARİHİ, COĞRAFİ VE SOSYOLOJİK ÖZELLİKLERİ

### 2.1. Çankırı

İç Anadolu Bölgesi'nde bulunan şehir, 9138 km<sup>2</sup> yüzölçümüne sahiptir. Şehrin doğusunda Çorum, batısında Bolu ve Karabük, kuzeyinde Kastamonu, Güneyinde Ankara ve Kırıkkale bulunmaktadır. Çankırı ili çok eski bir yerleşim yeri olarak önemli bir kültür şehridir. Bölgedeki ilk arkeolojik bulgu Paleolitik Dönem'e aittir (İbiş 2014: 10). Çankırı ismi Antik Dönem'de Gangra iken Osmanlı zamanı Kangırı'ya dönüşmüş ve cumhuriyetle birlikte Çankırı olmuştur (İbiş 2014: 10). Çankırı, Anadolu'nun ilk fethedilen şehirleri arasındadır. 1082'de Emir Karatekin'in fethiyle

Türklerin yerleşim alanı olan Çankırı, Anadolu Selçuklularının yıkılmasıyla Candaroğulları Beyliği'nin yönetimine geçmiştir.

<sup>1</sup> Bazı kaynaklara göre 1. Murat, bazı kaynaklara göre Yıldırım Beyazıt döneminde Candaroğulları'nın Osmanlı'ya bağlanmasıyla birlikte Çankırı'da Osmanlı egemenliği altına girmiştir (İbiş 2014: 17). Fakat Ankara Savaşı'nda Osmanlı'nın yenilmesiyle tekrar Candaroğulları'na bağlanmış, Çelebi Mehmet zamanında Candaroğulları'nın Osmanlı'ya tabi olmasıyla tekrardan Osmanlı'nın yerleşim yeri olmuştur (İbiş 2014: 17). Cumhuriyetin kuruluşuna kadar Osmanlı'ya bağlı kalan Çankırı, cumhuriyetle birlikte Türkiye Cumhuriyeti'nin bir ili olmuştur.

Atkaracalar, Bayramören, Çankırı/Merkez, Çerkeş, Eldivan, Ilgaz, Korgun, Kurşunlu, Kızılırmak, Orta, Şabanözü ve Yapraklı olmak üzere on iki ilçeye sahip Çankırı'nın; merkez ilçesi 14 mahalle, 49 köy ve 1 belden oluşmaktadır. 2011 yılı nüfus sayımında merkez ilçenin nüfusu 82.921 iken ilin genel nüfusu 177.221 olarak tespit edilmiştir (Keser 2013: 10).

## 2.2.Kızılırmak

Kızılırmak; Orta Anadolu'nun kuzeyinde, Çankırı ilinin güneydoğusunda yer almaktadır. Kalecik ilçesinin Çankırı'ya bağlı olduğu Osmanlı döneminde, bu ilçeye bağlı bir nahiye merkeziydi(Şahin vd. 2014: 447). İlçenin yüzölçümü 434 km<sup>2</sup> olup kuzeyinde ve doğusunda Çorum iline bağlı Bayat ve Sungurlu ilçeleri, güneyinde Kırıkkale'ye bağlı Sulakyurt ve batısında Çankırı merkez ilçesi yer almaktadır(Şahin vd. 2014: 447). İlçenin merkeze uzaklığı 50 kilometredir (Ayhan 1988: 395).

Çankırı'nın fethiyle birlikte Osmanlı topraklarına katılan ilçenin başta ismi İnallu Ballu idi. Bu isim Anadolu'ya göç eden Türkmen boyu İnallı'dan gelmektedir (Zeyrek 2013: 10). Kalecik İlçesine bağlı olan ilçenin adı daha sonra Hüseyinli olarak değişmiştir(Ayhan 1988: 395). 1985 yılında belediye olan Hüseyinli, 1987 yılında ilçe olunca adı yöreden geçen Kızılırmak'tan ötürü "Kızılırmak" olarak değişmiştir. Pirinç ve kavunun bolca yetiştirildiği ilçede ağırlıklı olarak tarım ve hayvancılık yapılır. 1960'lı yıllarla beraber yurt dışına büyük göç veren ilçenin, 2011 yılındaki nüfusu 8.189 olarak ölçülmüştür(Zeyrek 2013: 12 ).

<sup>1</sup>Çankırı Belediyesi "Çankırı Tarihi" (t. y.) (Erişim tarihi: 03.01.2021):<https://www.cankiri.bel.tr/tarihi>, 7, 12, 1

Çankırı iline bağlı Kızılırmak ilçesinin üç mahallesi (Hüseyinli Mahallesi, Osmanlı Mahallesi, Yenimahalle) ve yirmi altı köyü bulunmaktadır (Zeyrek 2013: 11 ).

### 3. ÇANKIRI İLİ KIZILIRMAK İLÇESİNDE KINA GECESİ VE GELİN ALMA TÖRENİ

#### 3. 1.Kına Gecesi Eğlencesi

Çankırı – Kızılırmak'ta düğünler 3 gün sürmekte, düğün kınası ise 2. gün yapılmaktadır (KK<sup>2</sup>1,2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12).O gün oğlan evi ve kız evinde ayrı ayrı eğlenceler olur (KK 1, 2, 9, 11). Eğlence genellikle saz ekibi eşliğinde olur ve eğlenceye davetli olan herkes -genellikle tüm köy halkı- kızın, damadın arkadaşları, akrabaları ve komşuları katılır (KV<sup>3</sup> 1,4). Kınayı oğlan tarafı alır ve oğlan tarafının kadınları tarafından davullu zurnalı bir ekiple içerisinde çerezlerin ve hediyelerin bulunduğu süslü bir tepsinin içinde kız evine getirilir (KK 1, 3, 4, 7, 8, 11). Oğlan evi, kız evine geldikten sonra geline kına yakılır (KK1, 3, 4, 5, 8, 10, 12, 14). Geline kına yakılırken damat da hazır bulunur (KK 8; KV 1).

Kına yakma eğlencesi, kız tarafının evinde ya da kiralanan bir salonda yapılır (KK 3, 4, 5). Gelin; abiye, bindallı, üç etek, kutbu gibi giysiler giyer (KK 14). Kınayı kızın yakın arkadaşları, yengeleri veya yakın bir akrabası yakabilir. Fakat eşini kaybetmiş, eşinden boşanmış, eşiyle arası kötü olan yahut çocuğu olmayan kişilere kına yaktırılmaz (KK 3, 4,5, 7, 8, 11). Çünkü böyle kişiler kıza kına yakarsa aynı olumsuzlukların evlenecek olan kızın da başına gelebileceğine inanılır (KK 3, 4, 5, 7). Kına yakmadan önce kıza bindallı veya kına gecesi için özel hazırlanan elbise giydirilir ve başına kırmızı bir duvak örtülür (KK 1, 3, 4, 5, 7, 9, 10, 11). Gelinin arkadaşları da ellerine mum ve tef alarak kına yakılacak yere gelirler ve gelinin geçmesi için hep beraber karşısındaki bir kişi ile ellerini birleştirerek bir tünel oluştururlar (KV 1, 4; KK 10). Gelin, kınanın bulunduğu tepsiyi tutan ve kınayı yakacak olan kişiyle birlikte bu köprüden geçerek kendisi için hazırlanmış sandalyeye oturur (KV 1, 4). Gelini bu köprüden geçirme esnasında “Kınayı Getir Aney” türküsü çalınır ve söylenir (KV 1, 4). Bu türkü gelin sandalyeye oturunca da devam eder (KV 1, 4). Elllerinde tef ve mum bulunan kişiler ritim eşliğinde gelinin etrafında dönerek türkü söylerler ve gelini ağlatmaya çalışırlar (KV 1, 4; KK 1, 3, 4, 5, 10 ). Buna yörede “başöğme” denir (KK 1, 4, 7, 10). Gelinin ağlamadığı durumlarda sesi güzel ve tecrübeli bir teyze ağıt yakar (Kaynak video 1). Kız ağlayınca duvağı açılır (KK 1, 3, 4, 5, 8).

<sup>2</sup> KK: Kaynak Kişi

<sup>3</sup> KV: Kaynak Video

Gelin; kına yakılırken hemen elini açmaz, damadın annesinin avucuna altın bırakmasını bekler. Gelinin avucuna altın konulduktan sonra gelin elini açar ve avucuna kına yakılır (KK 1, 2, 3, 4, 5, 6, 11, 13, 14; KV 1,4). Geçmişte kına yakıldıktan sonra kızın eline ya bir mendil bırakılır ya da eli bir tülbentle bağlanırmış (KK 14). Günümüzde ise eldiven takılmakta ve bu eldiven genellikle kırmızı renklidir (KK 5, 4, 7, 8,10).



Görsel 1: Kına yakılması  
Emine Aydın, *Kızılırmak. Vahdet Yatar. 2012.*

Gelinin eli dışında ensesine de kına yakılır. (KK 4, 5, 7; KV 1). Kaynak kişilere bu uygulamanın anlamını sorduğumuzda; bu uygulamanın sebebini bilmediklerini ve eskiye oranla kaybolmaya başladığını belirtmişlerdir. Kına geline yakıldıktan sonra isteyen herkese tepsi ile varsa damadın kız kardeşi (KK 1) yoksa kızın arkadaşları (KK 1) hediye olarak kına yakar veya dağıtır (KK 1, 3, 8, 9, 11).

İnsanlar dağılmaya başladığında gelin ve yakınları; damada kına yakmak için damat evine gider ve orada sağdıç, damadın kinasını yakar (KK 5, 8, 14). Bu adet günümüzde çok fazla uygulanmamakta olup gelin ve damada birlikte kına yakılmaktadır (KK 14).

Kıza kına yakarken avucuna konan altın dışında takı takılmaz, hediye verilmez. Ancak “yenge gezmesi” adı verilen geleneğe göre gelin, kına gecesi sabahı veya düğün sabahı kalktıktan sonra yakınları ve arkadaşları ile birlikte yöredeki belli kadınları ziyaret ederek onların evlerinde konuk olmaktadır (KK 1, 5). Bu ziyaret esnasında yörenin kadınları, kıza hediyelerini ve takılarını verirler (KK 5). Bundan dolayı kına gecesinde tekrar takı takılıp hediye verilmez. Sadece düğüne katılmayacak olanlar kına gecesinde takı takar veya hediye verir (KK 6,7).

Kına eğlencesi bittikten sonra kızla birlikte yakın bir, iki arkadaşı ya da akrabası kalabilir (KK 5, 8, 10). Sabaha kadar olan süreçte gelin kıza mutlu bir evliliğin sırları verilir ve kız, evlilik konusunda bilgilendirilir (KK 10).

### 3.2. Gelin Alma Geleneği

Yörede damada “güvey”,(KK 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13) gelin alıcılara ise “seğmen” (KK 1, 2, 6, 11) adı verilir. Gelin alınacağı günün sabahı damat tarafı, erkenden kalkarak akrabalarıyla toplanıp çeyiz yazmaya<sup>4</sup> gelin evine gider. Geline ait olan çeyizler bir kâğıda yazılır ve senet yapılır (KK 2, 6). Gelin evi oraya çeyiz yazmaya gidenlerin ayakkabılarını saklayarak damat evi tarafından para isterler (KK 2).Damat evi tarafı; gelin evine ne zaman gelin almaya gelmeleri gerektiğini, ne zaman müsait olduklarını sorarlar (KK 2, 6, 11).

Gelin almaya genellikle pazar günü saat 10.00 – 11.00 gibi çıkılır (KK 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13). Gelin almaya kaçta gidileceği verilen davetiyelerde yazsa da aynı zamanda gelin almaya gidilmeden yarım saat önce “Şu saatte gelin almaya çıkılacaktır.” diye ilçede anons edilir (KK 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11). Eskiden anonsun olmadığı zamanlarda ise mahalle arasında bağırılarak (KK 2) daha eski zamanlarda ise akrabalara şeker dağıtılarak (KK 1) gelin almaya gidileceği haber verilirdi.

Gelin almaya eş dost, davet edilen herkes gidebilir (KK 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13). Fakat genellikle damadın annesi misafirleriyle ilgilenmek için gelin almaya gitmez, evde durur (KK 11).

Gelin almaya, süslenmiş gelin arabası öncülüğünde gidilir. Damat evi, konvoy halinde yolu uzatıp etrafı dolaşarak gelin evine giderler (KK 4, 5, 8, 9; KV 3).



Görsel 2: Gelin arabası.  
Kızılırmak. Vahdet Yatar.2004.

Eski zamanlarda gelin almaya önde davul ve bir bayraktarla toplanıp gidilirdi. Bayraktar yolda;

<sup>4</sup>Gelin almadan önce gelin evi ve damat evi tarafından yapılan bir ritüeldir. Damat evi gelin evine giderek geline verecekleri çeyizleri kâğıda yazar ve gelin almaya saat kaç gibi gelinmesinin uygun olduğu sorulur.

“Diyelim Allah Allah!

*Verelim peygamber aşkına salâvat.*

*Hele loo Muhammed!”*

diye mâni söylerdi (KK 2). Orada bulunan kişilerde bayraktara mâni ile cevap verirlerdi:

*“Bayraktar bayrağın kaldır,*

*Yönünü kibleye döndür,*

*Hak yolunda salâvat getir,*

*Diyelim Allah Allah!*

*Verelim peygamber aşkına salâvat.*

*Hele loo Muhammed!”*

Damat tarafı yol boyunca çeşitli mânilerle atılarak gelin evine gelirler (KK 2). Gelin evine geldikten sonra bayraktar;

*“İşte geldik kapınıza,*

*Selam verdik hepinize,*

*İster alın ister alman,*

*Oda sizin vicdanınıza...”* mânisini söyler. (KK 2)

Seğmenler gelin almak için gelin evine geldikten sonra kapı kilitleme, sandık üstüne oturma gibi adetlerle damattan bahşiş alınır (KK 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13). Gelin çıkmadan önce geline, varsa erkek kardeşi yoksa amcası ya da dayıları tarafından kuşak bağlanır. Kuşak bağlanırken damat tarafından kuşak bağlama parası alınır ve gelin, evdekilerle vedalaşır.



Görsel 3: Kuşak bağlama geleneği  
Emine Aydın, Kızılırmak. Vahdet Yatar. 2012.

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

Kuşak bağladıktan sonra babası gelinin koluna girerek kızını damat evine teslim eder (KK 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13). Gelin arabaya binene kadar damat evinden gelenler; kız evinin önünde oyun oynar, halay çeker (KV 3). Gelin evi de gelinle beraber damat evine gidecek tüm arabaların aynalarına havlu bağlar (KK 1, 4, 6).

Gelin arabaya bindikten sonra takı merasimi yapılır (KK 3, 4, 6, 8, 9, 10; KV 2, 3). Bir tepsi çıkartılır ve genellikle arabanın üstüne konulur. Bu esnada sesi gür olan birisi tepsinin yanına gelir ve kimin ne taktığını bağırarak duyurur (KV 2, 3; KK 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13). Bu uygulama gelin ve damadı gururlandırmak (KK 2, 6, 9) ve düğün sahibinin kimin ne taktığını bilmesi için yapılır (KK 1, 4, 8).

Gelin alındıktan sonra korna eşliğinde arabalarla konvoy halinde damat evine gidilir (KK 3, 4, 8, 13; KV 3). Damat evine giderken arabanın önü kesilir (KV 3; KK 6, 12) veya urgan gerilir (KK 2), damat para vermediği sürece arabanın önü açılmaz (KK 2, 6,12; KV3). Konvoy, damat evine gitmeden önce ilçedeki bir cami önünde durur ve hoca yapılan evliliğin hayırlı bir evlilik olması amacıyla dua eder (KK 1, 3, 7, 8, 11; KV3).

Gelin, arabadan inmeden önce damadın anne ve babası damat evinin önünde güreşir ve çevredekilerin de anneye yardımıyla güreşi damadın annesi kazanır (KK 3, 4, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13). Bu güreşin anlamı, ailede kaynananın sözünün geçtiğini göstermektir (KK 6, 7, 11). Bundan sonra gelin ve damat üzerine “saçı”<sup>5</sup>serpilerek arabadan inerler (KV 2). Arabadan inen gelinin önüne bir kova su konulur. Gelin bu suyu tekmeleyerek etrafa saçır (KK 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13; KV 2, 3). Bunun anlamı ise gelinin kuvvetini etrafa göstermektir (KK 1, 11). Daha sonra gelin evin kapısına gelerek kapının eşiğine yağ çalar<sup>6</sup>(KK1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13; KV 2, 3) bu gelenek gelinin yumuşak davranışlı olacağını ifade etmek için uygulanır ( KK 3).

<sup>5</sup>Saçı; düğünlerde gelin ve damadın başından aşağı saçılması adet olan para, inci, şeker vb. şeylere verilen isimdir.

<sup>6</sup>‘Çalmak’, ‘sürmek’ fiilinin yerel anlamıdır.



Görsel 4: Su tepme geleneği  
*Selvi Türk, Kızılırmak. Vahdet Yatar. 1997.*



Görsel 5: Yağ sürme geleneği  
*Selvi Türk, Kızılırmak. Vahdet Yatar. 1997.*

Gelin, eve girdikten sonra, kayınvalidesi ona bir şey bağışlayana kadar ayakta dikilir (KK11; KV 2). Örneğin kaynana: “Bir inek bir koyun bağışlıyorum, bunların yanında birde damat bağışlıyorum.” der ve gelin bu bağışlama geleneği bittikten sonra oturur (KK 11). Daha sonra kız evinden gelenler gelinle vedalaşarak gider, damat evindekiler ise oyun oynamaya ve halay çekmeye devam ederler (KV2).

Akşam ve yatsı arasında ise damat donanması olur (KK 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13). Donanma damat evinde olur (KV2). İlk olarak damat ayağa kalkar ve içeridekiler hoca ile birlikte salâvat getirirler (KV 2). Daha sonra hoca gelerek mânilerle birlikte damadı giydirir (KK 1, 2, 3, 4, 5, 12, 13). Giydirme şu mâni ile başlar:

“Evvela zikredelim Hazreti Settar’ı,



...

*Sonra zikredelim Hazreti Gaffarı,*

*Güveği beye giydirdik bir güzel entari*

*Verelim Peygamber aşkına Muhammed'e salâvat.*"(KV 2)

Hoca ile birlikte tüm misafirler salâvat çekerler (KV 2). Daha sonra damadın kafasına sarık takılır, üzerine kaftan giydirilir ( KK1, 2, 3, 4, 5, 12, 13; KV 2) . Hoca, giydirdiği her bir kıyafet için ayrı mâni söyler. Yeleği giydirirken:

*"Beline giydirelim bir güzel yelek,*

*Annen seni büyütmüş çok çekmiş emek,*

*Duası makbuldür eylerse dilek,*

*Verelim Peygamber aşkına Muhammed'e salâvat.*"

mânisini söyler ve hoca ile beraber tüm misafirler salâvat getirir (KV 2). Daha sonra hoca "Bizim peygamberimiz Seyyüdü'lArab, verelim peygamber aşkına Muhammed'e salâvat." der ve herkes salâvat getirir (KV 2).

*"Beline giydirdik bir güzel şalvar,*

*Hiç durma güvey bey Allah'a yalvar,*

*Bu da bir murattır bunda bir hal var,*

*Verelim Peygamber aşkına Muhammed'e salâvat.*"

diyerek salâvatlar eşliğinde şalvar giydirilir (KV 2).

*"Beline giydirelim bir güzel çuha,*

*Hak rahmet eylesin Hazreti Nuh'a,*

*Kabirde azap olmasın hazreti ruha,*

*Verelim Peygamber aşkına Muhammed'e salâvat.*"

mânisi eşliğinde damada ceket giydirilir ve salâvat çekilir (KV 2).

*"Beline saracağım bir şal kuşak,*

*Resul emreyledi hayır oldu,*

*Yine iman etmedi ol mülk-ü rahman kışat,*

*Verelim Peygamber aşkına Muhammed'e salâvat.*"

mânisi eşliğinde damadın beline kuşak takılır ve salâvat çekilir (KV 2).



Görsel 6: Damada kuşak giydirme  
Sezer Türk, Kızılırmak. Vahddet Yatar. 1997.

*“Beline sokacağım ipekli mendil,  
Dile Mevla’dan dileyeyeğini sen bil,  
Beş vakit namazı hiç durma kıl,  
Verelim Peygamber aşkına Muhammed’e salâvat.”*

mânisi eşliğinde bir mendil, yarısı sarkacak şekilde, damadın kuşağına sokulur ve salâvat getirilir (KV2).

*“Başına saracağım imame sünnet,  
Sünneti icra eden hem olur ümmet,  
İşte başına kondu bir inci devlet,  
Verelim Peygamber aşkına Muhammed’e salâvat”*

mânisi eşliğinde damadın kafasına bir takke konulur ve takkenin üstüne tel kırmayla işlenmiş kumaş dolandırılarak bağlanır. Daha sonra hoca;

*“Ay yere indi, ‘Müminler inandı kâfirler sizindir!’ dedi  
İşte güvey bey şimdi giyindi  
Verelim Peygamber aşkına Muhammed’e salâvat.”* der ve salâvat çekilir. Hoca;  
*“Bir güvey donattık size ,  
Hayli zahmet verdi bize.”* mânisini de söyledikten sonra dua eder (KV 2).



Görsel 7: Donatılmış damat  
*Sezer Türk, Kızılırmak. Vahdet Yatar. 1997.*

Gelen misafirlerden bir tepsi içinde para toplanır ve misafirler damadı güldürmeye, damadın yanındaki sağdıç ise damadın gülmesini engellemeye çalışır. Eğer damat gülerse tepside toplanan parayı damada vermezler (KK 11; KV 2). Bu gelenekten sonra damat dövülerek gelinin odasına tıklılır. Böylece gelin alma töreni sona erer.

Kaynak kişilere aile kurarken uygulanan bu gelenekler hakkında neler düşündüklerini sorduğumuzda; neredeyse hepsi devam etmesi gerektiğini, bu geleneklerin insanları birleştiren töreler olduğunu dile getirdiler. Gereksiz gördükleri gelenekleri sorduğumuzda ise kaynak kişi 11, 8, 9 ve 13 damadın annesi ve babası arasında yapılan güreşi gereksiz gördüklerini, kaynak kişi 7 için ise takı takma merasiminde bağırlı olarak takılan takıların ilan edilmesini gereksiz gördüklerini belirtmişlerdir. Diğer kaynak kişiler ise uygulanan tüm uygulamaların kesinlikle olması gerektiğini belirtmişlerdir.

#### 4. SONUÇ:

Gelenekler, birbirinden bağımsız insan topluluklarına ortak yaşam biçimi sunmakta ve böylece bağımsız insan yığını, ortak değerleri olan bir toplum haline getirmektedir. Toplumların var olması, geleneklerini gelecek nesillere aktarması ve sahip oldukları ortak değerlerin kaybolmamasına bağlıdır. Kültürel aktarım, toplumu meydana getiren bireylerin gelenek ritüellerini uygulamasıyla sağlanmakta ve böylece kültürün unutulmasının önüne geçmektedir.

Çalışmamız, düğünlerin kültürel aktarımın gerçekleşmesi için zengin bir saha olduğunu gözler önüne sermiştir. Derlemesini yapmış olduğumuz kına gecesi ve gelin alma geleneklerinde de gördüğümüz gibi düğün içerisinde geçmişten gelen pek çok uygulama icra edilmektedir. Bu

uygulamaların sürekli tekrarlanarak gelecek nesillere tanıtılması ve aktarılması gerekmektedir. Ancak bu şekilde kültürel aktarım gerçekleşmektedir.

Gelenekler varlığını devam ettirebilmek için kimi zaman değişikliklere uğramıştır. Çalışmamızda bulunan yaşça büyük kaynak kişiler, geçmişten günümüze değişen uygulamalar hakkında bilgi edinmemizi sağlamışlardır. Örneğin; eskiden gelin alma, köy halkının evlerine teker teker gidilerek duyurulurken, günümüzde anons ile yapılmaktadır. Geçmişte gelin almaya mâniler eşliğinde gelin evine kadar yürünerek gidilirken bugün onun yerini arabalar ve korna çalma geleneği almıştır. Görüyoruz ki düğün eğlencelerinde geçmişte söylenen coşkulu maniler kayboldu da eğlencelerdeki görkem ve coşku varlığını devam ettirmektedir. Günümüzde de düğünlerin coşkuyla, gelenek ve görenekleri yaşatarak kutlanmasının sebebi; yeni bir aile kurulacak olması ve bu ailenin topluma yeni bireyler kazandıracak olmasıdır. Toplumun ortak değerleri içerisinde yetişen bu bireyler de kültür aktarıcısı olarak, zamanın şartlarına göre bazı değişikliklerle, geleneklerini devam ettirecek ve ait oldukları toplumun ortak geçmişini yaşatacaktır.

### **KAYNAKÇA**

- Akgün, Sibel (2020). Geleneğin Geleceğe Aktarımında Evlilik Öncesi Âdetler: Bursa Şehri Kına Gecesi Tavuk Alma Örneği. Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, 48. 155-171.
- Ayhan, Bâhattin (1988), *Çankırı ve İlçeleri*. Ankara: Günay Ajans.
- Behiç Nurgül, Öz Ceren (2018). Çankırı'da Yapılan Kız Kınası ve Şenlik Ritüellerinde Giyilen Gelin Giysileri. Avrasya Uluslararası Araştırma Dergisi, 6(13). 632-644.
- Berber, O. (2009). Türk Kültüründe Eğlenceler ve Birlik unsuru Olarak Düğünler. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10. 1-11.
- Boratav, Pertev Naili (2015). *100 Soruda Türk Folkloru (s 191)*. Ankara: Bilgesu Yayınları.
- Çankırı Belediyesi Çankırı Tarihi (t. y.). (Erişim tarihi: 3.01.2021): <https://www.cankiri.bel.tr>
- Dikici, A. (2001).Geleneklerin Toplumdaki Yeri ve Önemi. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. (11)2. 251-258.
- Ersoy, M. N. (2018). Önsöz. *9. Milletlerarası Halk Kültürü Kongresi (s.3)*.Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Gökçe, B. (2012).Türk Toplumunda Aile Yapısı. *Aile Sosyolojisi*(s. 50-82). Eskişehir: Yayınları.
- İbiş, R. (2014). Bölge Tarihi. *Çankırı Kültür Envanteri (s. 10-18)* , Ankara: Çankırı Valiliği.
- Keser, E. M. (2013, 07). Çankırı Merkez İlçe Analizi. Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı (erişim tarihi: 03.01.2021): [https://www.kuzka.gov.tr/Icerik/Dosya/www.kuzka.gov.tr\\_17\\_DG4H18IA\\_cankiri\\_merkez\\_ilce\\_analizi.pdf](https://www.kuzka.gov.tr/Icerik/Dosya/www.kuzka.gov.tr_17_DG4H18IA_cankiri_merkez_ilce_analizi.pdf)
- Çankırı Kızılırmak Kaymakamlığı Kızılırmak Tarihçesi. (2019, 24 06).(Erişim tarihi: 05.01. 2021): <http://www.kizilirmak.gov.tr/tarihce#>
- Şahin Gülay, İbiş Resul, Sezen İbrahim, Yurt Emriye, Can Atilla, Akçel Arda, Durmuş Sinan.(2014). *Çankırı Kültür Envanteri*, Ankara: Çankırı Valiliği.
- Yıldırım, D. (2016). Sözlü Gelenek Kültürü. *Türk Bitiği (s. 125-128)*. Ankara: Akçağ.
- Zeyrek, A. G. (2013). Kızılırmak İlçe Analizi. Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı.(Erişim tarihi:05.01.2021): <https://www.kuzka.gov.tr>

**KAYNAK ŞAHİS BİLGİLERİ**

- 1) Kaynak kişinin adı ve soyadı: Tayyibe Türk  
Kaynak kişinin doğum yeri: Kızılırmak  
Kaynak kişinin doğum tarihi veya yaşı: 83  
Kaynak kişinin eğitim durumu: İlkokul  
Kaynak kişinin ikamet ettiği yer: Çankırı/ Kızılırmak  
Kaynak kişinin işi: Ev hanımı  
Derlemenin yapıldığı yer: Kaynak kişinin evi  
Derlemenin yapıldığı tarih: 01.02.2020
- 2) Kaynak kişinin adı ve soyadı: Ali Osman Türk  
Kaynak kişinin doğum yeri: Çankırı/Kızılırmak  
Kaynak kişinin doğum tarihi veya yaşı: 74  
Kaynak kişinin eğitim durumu: İlkokul  
Kaynak kişinin ikamet ettiği yer: Kızılırmak  
Kaynak kişinin işi: Emekli  
Derlemenin yapıldığı yer: Kaynak kişinin evi  
Derlemenin yapıldığı tarih: 01.02.2020
- 3) Kaynak kişinin adı ve soyadı: Sevim Yıldız  
Kaynak kişinin doğum yeri: Kızılırmak  
Kaynak kişinin doğum tarihi veya yaşı: 53  
Kaynak kişinin eğitim durumu: İlkokul  
Kaynak kişinin ikamet ettiği yer: Çankırı/ Kızılırmak  
Kaynak kişinin işi: Ev hanımı  
Derlemenin yapıldığı yer: Kaynak kişinin evi  
Derlemenin yapıldığı tarih: 01.02.2020
- 4) Kaynak kişinin adı ve soyadı: Sadegül Soysal  
Kaynak kişinin doğum yeri: Kızılırmak  
Kaynak kişinin doğum tarihi veya yaşı: 1966  
Kaynak kişinin eğitim durumu: İlkokul

...

Kaynak kişinin ikamet ettiği yer: Çankırı/ Kızılırmak

Kaynak kişinin işi: Ev hanımı

Derlemenin yapıldığı yer: Kaynak kişinin evi

Derlemenin yapıldığı tarih: 01.02.2020

**5) Kaynak kişinin adı ve soyadı: Neriman Yıldız**

Kaynak kişinin doğum yeri: Kızılırmak

Kaynak kişinin doğum tarihi veya yaşı: 1968

Kaynak kişinin eğitim durumu: İlkokul

Kaynak kişinin ikamet ettiği yer: Çankırı/ Kızılırmak

Kaynak kişinin işi: Çiftçi

Derlemenin yapıldığı yer: Sadegül Soysal'ın evi

Derlemenin yapıldığı tarih: 01.02.2020

**6) Kaynak kişinin adı ve soyadı: Âdem Yıldız**

Kaynak kişinin doğum yeri: Çankırı

Kaynak kişinin doğum tarihi veya yaşı: 1965

Kaynak kişinin eğitim durumu: Ortaokul

Kaynak kişinin ikamet ettiği yer: Çankırı/ Kızılırmak

Kaynak kişinin işi: Emekli Fotoğrafçı

Derlemenin yapıldığı yer: Sadegül Soysal'ın evi

Derlemenin yapıldığı tarih: 01.02.2020

**7) Kaynak kişinin adı ve soyadı: Ali Osman Usul**

Kaynak kişinin doğum yeri: Kızılırmak

Kaynak kişinin doğum tarihi veya yaşı: 1933

Kaynak kişinin eğitim durumu: Ortaokul

Kaynak kişinin ikamet ettiği yer: Çankırı/ Kızılırmak

Kaynak kişinin işi: Emekli

Derlemenin yapıldığı yer: Kaynak kişinin evi

Derlemenin yapıldığı tarih: 01.02.2020

8) Kaynak kişinin adı ve soyadı: Selvi Türk

Kaynak kişinin doğum yeri: Çankırı

Kaynak kişinin doğum tarihi veya yaşı: 1977

Kaynak kişinin eğitim durumu: Lise

Kaynak kişinin ikamet ettiği yer: Çankırı

Kaynak kişinin işi: Ev hanımı

Derlemenin yapıldığı yer: Tayyibe Türk'ün evi

Derlemenin yapıldığı tarih: 01.02.2020

9) Kaynak kişinin adı ve soyadı: Sezer Türk

Kaynak kişinin doğum yeri: Kızılırmak

Kaynak kişinin doğum tarihi veya yaşı: 1968

Kaynak kişinin eğitim durumu: Üniversite

Kaynak kişinin ikamet ettiği yer: Çankırı

Kaynak kişinin işi: Memur

Derlemenin yapıldığı yer: Kaynak kişinin evi

Derlemenin yapıldığı tarih: 01.02.2020

10) Kaynak kişinin adı ve soyadı: Ayfer Yıldız

Kaynak kişinin doğum yeri: Kızılırmak

Kaynak kişinin doğum tarihi veya yaşı: 1973

Kaynak kişinin eğitim durumu: Lise

Kaynak kişinin ikamet ettiği yer: Ankara

Kaynak kişinin işi: Ev hanımı

Derlemenin yapıldığı yer: Kaynak kişinin evi

Derlemenin yapıldığı tarih: 01.02.2020

11) Kaynak kişinin adı ve soyadı: İlknur Yatar

Kaynak kişinin doğum yeri: Çankırı

Kaynak kişinin doğum tarihi veya yaşı: 53

Kaynak kişinin eğitim durumu: Lise

Kaynak kişinin ikamet ettiği yer: Çankırı/ Merkez

...

Kaynak kişinin işi: Emekli

Derlemenin yapıldığı yer: Kaynak kişinin evi

Derlemenin yapıldığı tarih: 01.02.2020

**12)** Kaynak kişinin adı ve soyadı: Vahdet Yatar

Kaynak kişinin doğum yeri: Kızılırmak

Kaynak kişinin doğum tarihi veya yaşı: 58

Kaynak kişinin eğitim durumu: Lise

Kaynak kişinin ikamet ettiği yer: Çankırı/ Kızılırmak

Kaynak kişinin işi: Fotoğrafçı

Derlemenin yapıldığı yer: Kaynak kişinin evi

Derlemenin yapıldığı tarih: 01.02.2020

**13)** Kaynak kişinin adı ve soyadı: İsmail Türk

Kaynak kişinin doğum yeri: Kızılırmak

Kaynak kişinin doğum tarihi veya yaşı: 36

Kaynak kişinin eğitim durumu: üniversite

Kaynak kişinin ikamet ettiği yer: Çankırı

Kaynak kişinin işi: Memur

Derlemenin yapıldığı yer: Tayyibe Türk'ün evi

Derlemenin yapıldığı tarih: 01.02.2020

**14)** Kaynak kişinin adı ve soyadı: Ali Osman Usul

Kaynak kişinin doğum yeri: Kızılırmak

Kaynak kişinin doğum tarihi veya yaşı: 1933

Kaynak kişinin eğitim durumu: Ortaokul

Kaynak kişinin ikamet ettiği yer: Çankırı/ Kızılırmak

Kaynak kişinin işi: Emekli

Derlemenin yapıldığı yer: Kaynak kişinin evi

Derlemenin yapıldığı tarih: 01.02.2020



**YARARLANILAN KAYNAK VIDEO LİSTESİ:**

1) Kaynak video no: 1

Videonun adı: Sezer ile Selvi Türk kına gecesi videosu

Videonun çekildiği yer: Kızılırmak

Videonun çekildiği tarih: 14.12.1997

2) Kaynak video no: 2

Videonun adı: Emine ile İsmail Aydın'ın gelin çıkma videosu

Videonun çekildiği yer: Kızılırmak

Videonun çekildiği tarih: 07.09.2012

3) Kaynak video no: 3

Videonun adı: Mehmet ile Fulya Bulut'un gelin çıkma videosu

Videonun çekildiği yer: Kızılırmak

Videonun çekildiği tarih: 14.11.2011

4) Kaynak video no: 4

Videonun adı: Battal ile Ayşe Yorulmaz'ın kına gecesi videosu

Videonun çekildiği yer: Kızılırmak

Videonun çekildiği tarih: 05.01.2015

**YARARLANILAN KAYNAK GÖRSEL LİSTESİ:**

**Görsel 1:**Emine Aydın, yıl 2012, Kızılırmak

**Görsel 2:**Yıl 2004, Kızılırmak

**Görsel 3:**Emine Aydın, yıl 2012, Kızılırmak

**Görsel 4:**Selvi Türk, yıl 1997, Kızılırmak

**Görsel 5:**Selvi Türk, yıl 1997, Kızılırmak

**Görsel 6:** Sezer Türk, 1997, Kızılırmak

**Görsel 7:** Sezer Türk, 1997, Kızılırmak

**MÜELLİFİ BİLİNMEYEN BİR ESER: “RESÛL HAZRETİNE ŞEYTÂN ‘ALEYHİ’L-LA’NE GELDÜĞİN BEYÂN İDER”****Doç. Dr. Erdem SARIKAYA\***, erdem.sarikaya@yobu.edu.tr**Özet**

Klâsik Türk edebiyatı, varlığını XIII. asırdan XIX. asrın ilk yarısına kadar sürdürmüş kadim bir edebî gelenektir. Bu edebî gelenek, esas itibarıyla şiir merkezlidir. Bununla beraber XII. asra kadar uzanan Türk nesir edebiyatından söz etmek de mümkündür. Hikâye ya da kısa hikâye, Türk nesir edebiyatı içerisinde değerlendirilebileceğimiz türlerden bir tanesidir. Özellikle ilk dönemlerde; okuyucuyu eğlendirmek, onu dinî ve ahlaki açıdan eğitmek amacıyla yazılmış kısa hikâyelerin var olduğu görülür. Bu hikâyelerin çoğu kez müellifleri bilinmez. Bu çalışmanın konusu, imla açısından Eski Anadolu Türkçesi döneminin özelliklerini gösteren “Resûl Hazretine Şeytân ‘Aleyhi’l-la’ne Geldüğün Beyân İder” başlıklı kısa hikâyedir. Klâsik Türk edebiyatında nesir ve kısa hikâye hakkında özet bilgilerin verildiği giriş bölümünün ardından inceleme bölümünde, öncelikle nüsha tanıtılmış, teolojik olarak şeytan kavramı üzerinde durulmuş, daha sonra kısa hikâye çeşitli yönlerden ele alınıp incelenmiştir. Ayrıca inceleme bölümünde, farklı alt başlıklarda incelemeye esas olan kısa hikâyenin transkripsiyonlu metnine ve günümüz Türkçesine çevirisine de yer verilmiştir. Çalışmanın son kısmına, kısa hikâyenin kayıtlı bulunduğu nüshanın tıpkıbasımı da eklenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Klâsik Türk edebiyatı, Türk nesir edebiyatı, hikâye, din, şeytan.**AN UNKNOWN WORK: “RESÛL HAZRETİNE ŞEYTÂN ‘ALEYHİ’L-LA’NE GELDÜĞİN BEYÂN İDER”****Abstract**

Classical Turkish literature, its existence in XIII.-XIX century. It is an ancient literary tradition that continued until the first half of the century. This literary tradition is mainly poetry-centered. However, it is also possible to talk about Turkish prose literature dating back to the 12th century. Story or short story is one of the genres that we can evaluate in Turkish prose literature. Especially in the first periods; It is seen that there are short stories written to entertain the reader and to educate him religiously and morally. The authors of these stories are often unknown. The subject of this study is the short story titled “Resûl Hazretine Şeytân ‘Aleyhi’l-la’ne Geldüğün Beyân İder” which shows the characteristics of the Old Anatolian Turkish period in terms of spelling. Following the introduction section, in which summary information about prose and short stories in Classical Turkish literature is given, firstly the copy is introduced, theologically the concept of the devil is emphasized, and then the short story is analyzed from various aspects. In addition, the transcribed text of the short story, which is the basis for examination in different subtitles, and its translation into modern Turkish are also included in the review section. The facsimile of the copy where the short story is recorded is added to the last part of the study.

**Keywords:** Classical Turkish literature, Turkish prose literature, story, religion, satan.

\* Yozgat Bozok Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, Eski Türk Edebiyatı Anabilim Dalı, Yozgat/Türkiye, ORCID: 0000-0001-8402-5085

Araştırma Makalesi  
Makale Geliş Tarihi: 04.02.2021

Sayfa Sayısı: 469-491  
Makale Kabul Tarihi: 10.03.2021

## Giriş

XIII. asırdan XIX. asrın ilk yarısına kadar varlığını kesintisiz bir şekilde sürdüren klâsik Türk edebiyatı, köklü bir geçmişe sahiptir. Başlangıçta, Müslüman Türklerin İslam öncesi edebî birikimlerinin yanı sıra Arap ve Fars edebiyatlarının etkisi altında İslami değerlere bağlı kalarak şekillendirdikleri bu edebî gelenek; Osmanlı, Çağatay ve Azerî sahaları merkez olmak üzere yaklaşık altı asır boyunca varlığını devam ettirmiştir.

Türk milletinin hislerini ve yaşama üslubunu yansıtan klâsik Türk edebiyatı, esas itibariyle şiir merkezli bir edebî gelenektir. Bununla beraber klâsik Türk edebiyatı içerisinde şekillenen kadim bir nesir geleneği de vardır. XII. asırdan itibaren ilk örnekleri görülen Türk nesir edebiyatı, tercüme niteliğinde eserlerle başlar. Daha sonraki dönemlerde telif eserlerin de kaleme alındığı bu edebî gelenek, varlığını XIX. asra kadar sürdürür. Tarih, seyahat-nâme, menâkıb-nâme, hikâye, tefsir, hadis, fıkıh, siyer ve rüya tabiri gibi alanlarda pek çok eser, nesir olarak kaleme alınır (Kartal, 2014: 41-50).

Türk nesir edebiyatı başlığı altında değerlendirebilecek türlerden bir tanesi de hikâyedir. Klâsik Türk edebiyatında hikâye, bir olayın anlatımı olarak kabul edilir. Bu nedenle; tarih, efsane, latife, destan ve menkıbe gibi tahkiye esasına dayanan bütün eserler hikâye olarak adlandırılır. Çoğu kez müellifleri bilinmeyen bu türden eserlerde, okuyucuya hoş vakit geçirmenin yanı sıra onu bilgilendirmek, dinî ve ahlaki yönden eğitmek esastır (Kavruk, 1998: 7-8). Bu hikâyelerde; din, tasavvuf, ahlak, aşk ve kahramanlık gibi pek çok konunun işlendiği görülür (Mazıoğlu, 1985: 20). Ayrıca bu türden eserleri farklı başlıklar altında tasnif etmek de mümkündür (Özön, 1985: 40; Levend, 1967: 72-73; Levend, 1973: 124-148). Bu çalışmanın konusu olan “Resûl Hâzretine Şeytân ‘Aleyhi’l-la’ne Geldügin Beyân İder” başlıklı eser de müellifi bilinmeyen, dinî konulu kısa bir hikâyedir.

## İnceleme

Çalışmanın bu bölümünde, önce “Resûl Hâzretine Şeytân ‘Aleyhi’l-la’ne Geldügin Beyân İder” başlıklı kısa hikâyenin nüshası tanıtılacaktır. Daha sonra teolojik açıdan şeytan kavramı ve eserin konusu hakkında bilgi verilecektir. Çalışmaya esas olan kısa hikâyeye, tahlil edilecektir. Kısa hikâyenin transkripsiyonlu metni ve günümüz Türkçesine aktarımı da çalışmada yer alacaktır.

### 1. Eserin Nüshası

Müellifi bilinmeyen “Resûl Hâzretine Şeytân ‘Aleyhi’l-la’ne Geldügin Beyân İder” başlıklı kısa hikâyeye, bugün Süleymaniye Yazma Eserler Kütüphanesi, Carullah koleksiyonunda 2101 demirbaş numarasıyla kayıtlı yazmanın 29<sup>b</sup>-35<sup>b</sup> sayfa aralığında bulunmaktadır. Anlatıda birtakım atlamalar olmakla beraber okuyucu, hikâyeyi bir bütün içerisinde takip edebilir.

## 2. Teolojik Olarak Şeytan ve Eserin Konusu

Şeytan, semavî dinlerin tamamında ortak olarak görülen bir kavramdır. Tevrat, Zebur ve İncil'den oluşan Kitab-ı Mukaddes'te şeytan, genel olarak kötülükle dolaylı bir şekilde ilişkilendirilir. Bu kabul, Kitab-ı Mukaddes içerisinde belli bir dönüşüme de uğrar. Böylece şeytan, doğrudan kötülükle özdeş bir hâle gelir. Bu dönüşüm, dünyevî ve soyut bir kavramın semavî ve somut varlığa geçmesi şeklinde gerçekleşir. Böylece şeytan, Tanrı'nın rakibi olarak kabul edilen kozmik bir düşman olarak karşımıza çıkar (Gürkan, 2010: XXXIX/ 101).

Tevrat'ın erken dönemlere ait bölümlerinde şeytan; düşman, muhalif, engel olan, dava eden, suçlayan gibi anlamlarda kullanılır. Bununla beraber Tanrı'nın izniyle yeryüzünde dolaşan ve salih kulları sınavan bir varlık olarak da değerlendirilir (Kutsal Kitap/ Eyüp, 2009: 535-570). Bu hâliyle şeytan, düşük rütbeli semavî bir topluluğun üyesidir. İncil'de şeytan, insanlığı baştan çıkartan varlık ve Hz. İsa'nın baş düşmanıdır (Kutsal Kitap/ Matta, 2009: 1024).

Yahudilikte şeytan, Tanrı'ya rakip ancak ondan daha aşağı mertebede yer alan bir varlıktır. Yahudiliğin bu kabulü, İslam'a yaklaşır. Hıristiyanlıkta ise şeytan, dünyayı yöneten iyi-kötü güçler savaşında bazen Tanrı'ya denk bir güç şeklinde de ortaya konur. Bu bakımdan Hıristiyanlığın şeytan ile ilgili kabulleri Manihaizm ve Zerdüştlükteki anlayışla benzerlik gösterir. Yahudi ve Hıristiyan geleneklerinde şeytan; sinayıcı, ayartıcı, yalancı, asi, yer altı dünyasının efendisi, cezalandırıcı, Tanrı'nın ve insanlığın düşmanı, ruhu satın alan tefeci; düzeni, normu ve ahlakı bozup anarşiyi telkin eden unsur olarak kabul edilir (Gürkan, 2010: XXXIX/ 102-103).

Kur'ân-ı Kerîm'de şeytan, sıklıkla anılır. Âdem'in yaratılmasının ardından ona secde etmemesi, Âdem ve eşi Havva'dan türeyen insanlığa düşmanlığı, çeşitli hilelerle onları aldatması, Tanrı'nın esirgeyciliğinden uzaklaştırdığı insanoğluna batılı göstermesi için ona izin vermesi ve aldaticı sözleriyle Âdem ve Havva'nın yasak meyveyi yemelerine neden olması Kur'ân-ı Kerîm'de çeşitli ayetlerde anlatılır. Bu açıdan şeytan, şerrin temsilcisidir. Kur'ân-ı Kerîm'de onun azgın, sinsî, yanıltıcı ve kışkırtıcı olduğu vurgulanır. Hile ve aldatmalarına dikkat çekilir. Ondan uzak durulması emredilir. Hadis-i şeriflerde de onun aldaticı hilelerine işaret edilir. Şeytan, insanı kötülüğe yönlendiren, Tanrı'nın istediği fiillerden uzaklaştıran bir varlıktır (Çelebi, 2010: XXXIX/ 99-101).

“Resûl Hâzretine Şeytân 'Aleyhi'l-la'ne Geldügin Beyân İder” başlıklı kısa hikâye, anlatıcının okuyuculara seslendiği iki beyitlik manzum bir girişle başlar. Daha sonra anlatıcı, hikâyeyi Ebu'l-Hasen El-Bekrî Muhammed b. İshâk'ın naklettiğini ifade eder. Eserin konusu, kısaca şu şekildedir: Yeryüzünde ve gökyüzünde var olan yaratılmışların hepsinin övücü, peygamberlerin önünde bulunan Hz. Muhammed, bir gün mescidinde dostlarıyla otururken ansızın bir kişinin kapının önünde bağırdığını, mescidin içerisine girmek için izin istediğini duyar.

Gülümseyerek yanındaki dostlarına bağırarak kişiyi tanıyıp tanımadıklarını sorar. Dostları, o kişinin kim olduğunu bilmediklerini söylerler. Tanrı'nın elçisi, o kişinin şeytan olduğu cevabını verir. O sırada, mescitte bulunanlardan Hz. Ömer, ayağa kalkar ve kendisine izin verilirse dışarıya çıkıp onu parça parça edeceğini söyler. Hz. Peygamber, Hz. Ömer'in sözlerine karşı çıkar. Onun kıyamete kadar lanet içerisinde kalacağını buyurur. Daha sonra Abdullah b. Mes'ûd'a yüzünü çevirip şeytanı huzuruna getirmesini söyler. Abdullah b. Mes'ûd, dışarıya çıktığında şeytanı görür. Şeytanın bir gözü yoktur. Yüzünde yedi tane domuz kılına benzeyen kıl, yine domuz boynuzuna benzeyen iki boynuzu vardır. Ona, Tanrı'nın elçisinin izin verdiğini, huzuruna girebileceğini söyler. Şeytan, içeriye girer. Selam verir. Hz. Muhammed, onun selamını almaz. Şeytan, selamını neden almadığını sorar. Hz. Muhammed, selamı iman sahiplerinden almanın gerekli olduğu yanıtını verir. Daha sonra huzuruna neden geldiğini sorar. Şeytan, kendi isteğiyle gelmediğini, ululuk sahibi Tanrı'nın bir meleğini üzerine vekil seçtiğini, o meleğin kendisine "Tanrı'nın elçisine git. Onun sana her sorduğu soruya doğru cevap ver. Kendini onun huzurunda yüce görme. Doğru cevap vermezsen sana keder veririm." dediğini, bu sebeple huzuruna geldiğini söyler. Hz. Muhammed, şeytanın sözlerini duyduğunda tekbir getirir. Daha sonra Hz. Muhammed'in sorduğu sorulara şeytanın verdiği cevaplarla hikâye sürer. Metnin içerisinde manzum kısımların olduğu da görülür.

### 3. Eserin Tahlili

Çalışmanın bu bölümünde, "Resûl Hâzretine Şeytân 'Aleyhi'l-la'ne Geldügin Beyân İder" başlıklı kısa hikâye anlatı özellikleri açısından tahlil edilecektir.

"Resûl Hâzretine Şeytân 'Aleyhi'l-la'ne Geldügin Beyân İder" başlıklı kısa hikâyede, destan çağı ürünlerinden itibaren varlığını gördüğümüz yazar-anlatıcıyla karşılaşılır. Bakış açısı da Tanrısal özelliklere sahiptir. Bu anlatıcı, eserin başında kendisini açıkça belli eder:

Yine dinle ben söze kıldum nazar

'İşk-ıla söyleyelüm toğru haber (29<sup>b</sup>)

Yazar-anlatıcı, karşısında bir dinleyici kitlesi varmış gibi hareket eder. Onlara seslenerek Hz. Muhammed'in güzel bir nasihat verdiğini söyler:

Ol nebîler serveri fahr-ı cihân

Hôş naşîhat eyledi dinle iy cân (29<sup>b</sup>)

Eserin ilk kısmında, yazar-anlatıcı hikâyenin nakledeni olduğunu açıkça ifade eder. Naklettiği hikâyeye, Ebu'l-Hasen El-Bekrî Muhammed b. İshâk'ın sözlerindeki rivayetlere dayanır:

“(3)Ebu'l-Hasen El-Bekrî Muhammed bin İshâk, kavlında (4) rivâyet kıılır kim...” (29<sup>b</sup>)

Hikâyede genel olarak diyalog tekniğinin kullanıldığı görülür. Tahkiyeye dayalı eserlerde gösterme tekniğinin belirgin kullanım alanları diyaloglardır. Diyalog parçalarıyla soyut, somutlaşır. Gizli olan açığa çıkar. Okuyucu, kahramanların psiko-sosyal konumları hakkında fikir sahibi olur. Eserin fikrî yapısı, diyaloglarla aktarılabilir. Olayların diyaloglarla geliştiği eserlerde okuyucu, duygu ve düşüncelere doğrudan tanık olur (Tekin, 2002: 194 ve 255).

“Resûl Hâzretine Şeytân ‘Aleyhi’l-la’ne Geldügin Beyân İder” başlıklı kısa hikâyede, diyalogların tahkiyeye dayalı diğer eserlerdeki fonksiyonlarına benzer bir şekilde kullanıldığı görülür. Bu diyaloglar, soru-cevap şeklindedir. Bununla beraber hikâyede, sadaka verme örneğinde görüldüğü üzere sorunun kaydedilmediği örnekler de vardır. Hikâyenin ilerlemesini ve gelişmesini sağlayan soru ve cevapları bir tablo hâlinde şu şekilde özetlenebilir:

### Şekil: Hikâyedeki sorular ve cevaplar

Soru	Cevap
Neden secde etmedin?	Tanrı'nın isteğinin kendisinin secde etmemesi olmasıdır.
Son derecedeki düşmanın kimdir?	Hz. Muhammed
Başka kimleri sevmezsin?	Adaletli ve merhametli olanları
Başka kimleri sevmezsin?	Bilgili olanları ve sabır sahiplerini (dervişleri)
Zengin ve şükür sahiplerinin durumu nasıldır?	Kimsenin yapamadığında ustalardır.
Bir kişi oruç tuttuğunda nasıl olursun?	Başıma ateşten yular vurur.
Bir kişi sadaka verdiğinde nasıl olursun?	Baltayla kendisini ikiye böldüğünü, cehennem ateşinin dört yanından taşıdığını, canının yanmadan gittiğini düşündüğünü söyler.
Hz. Ebû Bekir hakkında ne söylersin?	Korkudan canım gövdemden gider.
Hz. Ömer ile nasılsın?	Gövdem kurşun gibi erir.
Hz. Osman ile nasılsın?	Bütün melekler gibi ondan utanırım.
Hz. Ali ile nasılsın?	Onun elinden aciz ve bitkin olduğunu, sadece onun kendisini bırakmasını istediğini söyler.
Benim cemaatimi top gibi nasıl oynatırsın?	Mahsus dostu Hz. Ebû Bekir'e bile hilesinin eriştiğini, onu övdüğünde cemaatinin herhangi bir dostunu sevmediğini, haricî olup birbirleriyle mücadele ettiğini, bu kişileri ibadetlerinde bile yoldan çıkardığını söyler.
Onlar kendilerini bilmezler. Sen niçin kıskançlık edersin?	Cehennemde yalnız yanmamak için.
Kendisiyle kabul edenleri yoldan çıkartır mısın?	Onlar Tanrı'nın merhametine kavuşanlardır. Yoldan

...	çıkartmam.
En muhabbetli dostun kimdir?	Faiz yiyenlerdir.
Ortağın kimlerdir?	Ortak olup eksik satanlar ortağımdır.
Gazilerin kimlerdir?	Zekât vermeyenlerdir.
Gönlünün kaygısını kimler götürür?	Yalan yere yemin edenler ve boşanmak için yemin edenler gönlümün kaygısını götürür.
Mahsus dostların ve yardımcıların kimlerdir?	Tanrı'ya ortak koşanların mahsus dostları olduğu, yetim malı yiyenlerin ise yardımcıları olduğu yanıtını verir.
Senin yüzünü kim kara eyler?	Gönülden bağışlanma isteği yüzümü kara eyler.
Senin belini büken kimlerdir?	Yaptığı işe tövbe eden her kişi benim belimi kırar.
Mescidin hangisidir. Cemaatin orada toplanır?	Benim mescidim dostlardır. Cemaatim hainlik edenlerdir. Ben, onların imamıyım.
Yiyeceğin nedir?	Sana inanıp bağlananlar ellerine yiyecek aldıklarından 'Tanrı'nın adıyla' demeden yerler. O benim yiyeceğimdir. O yiyeceği ben bile yerim.
Hıfzedenin kimlerdir?	Hıfzedenim ağıtçılardır.
Çalgıcıların kimlerdir?	Ezan okuyanlar, çalgıcılardır.
Defterdarların kimlerdir?	Tenine resim çizenler defterdarlarımdır.
Elçilerin kimlerdir?	Elçilerim, cadılardır.
Senin hiç velilerin var mıdır?	Senin dostlarından birisine söven kişi benim velimdir.
Bunca yaratılmışa nasıl erişirsin?	Yaratılmışların sayısında benim de evladım vardır. Çünkü baldırımı birbirine sürerim. Gece gündüz fesat ehli oğlum doğar. Her birine hayvanlardan isim veririm. Bunlar sürekli halkı yoldan çıkartırlar.
Askerin kimlerdir?	Yalan yere tanıklık edenler askerimdir.
Fitnenin ulaşamadığı dört kadın kimlerdir?	Biri, İsa'nın annesi Meryem'dir. Biri firavunun eşi, Âsiyâ'dır. Biri helalin Hatice'dir. Biri kızım Fatıma'dır. Bunlar benim elimden kurtulmuşlardır. İbadet eden, namaz kılan kadınları da yoldan çıkarmam. Yoksa diğerlerini top gibi elimde oynatırım.
Bana inanıp bağlananlar sana yarayacak nasıl bir iş yaparlarsa Tanrı'nın merhameti mümkün olmaz?	O kişiler, hasis veya bekletici ola. O kişilere merhamet yoktur.
Ey kovulmuş! Seninle cehenneme kimler girer?	Şirk koşanlar, namaz kılmayanlar, öfkeli, fesat kişiler, topluluğuna kıskançlık edenler, yalan söyleyenler, bir kişiye iftira edenler, babasına ve annesine karşı konuşan kişiler benimle cehenneme girerler.

...	(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)
Gövdeni hangi nesne eritir?	Gövdemi gazilerin eti ve ayağı eritir.
Seni boğazlayan kimlerdir?	Beni boğazlayan bilgi sahipleri ve onların sohbetidir.
Seni parça parça eden kimlerdir?	Beni parça parça eden Tanrı'nın adını dile getirenlerdir.
Yüreğine yara vuran kimlerdir?	Namazda ön safa duranlardır.
Dostlarıyla seni üzen kimlerdir?	Toplulukla namaz kılanlardır.
Kardeşlerin kimlerdir?	Kardeşlerim halkı incitenler ve kıbleye karşı küçük abdestini yapanlardır.
Aynı şekilde hangi hareketi sevmezsin?	Bir kişi, kuşluk namazını olgun bir hâlde kılar. Malının zekatını verir. Şükreder. Hayır ve bağış yapar. Onunla işim yoktur. Ancak malının zekâtını vermeyen kişinin o malı boynunda tasma olur. Kıyamet gününde onunla azaba tutulur. Cömert olan şu kişi düşmanlarımdır. Hasis olan kişi, dostumdur. Abdestle yürüyen kişiyi sevmem. Ey Muhammed! Tanrı'yı bir ve seni onun elçisi olarak bilen, niyet edip anlayan, abdest alan, dünya fikrini gönlüne getirmeyen, mescide gidip toplulukla namaz kılan kişilerin başıma taş ile vurup gövdeme bıçaklar, hançerler vurduklarını sanırım.
Bir kişi, Kur'ân-ı Kerîm okuduğu vakit hâlin nasıl olur?	Benim gövdem kurşun gibi erir.
O kişi Kâbe'yi tavaf ettiğinde hâline nasıl olur?	O kişi, ateşten zincirle benim...

Kur'ân-ı Kerîm ve hadis-i şeriflerdeki şeytanla ilgili açıklamalar dikkate alındığında kısa hikâyedeki soru ve cevapların özellikle İslam ile yeni tanışan halk kitlelerine şeytanın özelliklerini anlatma, böylece İslam'ın şeytan ile ilgili kabullerini öğretme amacı taşıdığı görülür.

Kısa hikâyede dikkat çeken diğer bir anlatım tekniği ise montajdır. Sayısı fazla olmamakla beraber Kur'ân-ı Kerîm'den doğrudan alıntılar yapıldığı görülür. Şeytanın ifadeleriyle Bakara suresinden yapılan lâfzen iktibas bu duruma örnektir:

“(12) Emr eyledi kim: *Ve lâ takrebâ hazîhiş şecerete fe tekûnâ mine'z-(13) zâlimîn*. Şol buğday ağacına yakın olma!” (30<sup>b</sup>)

Eserdeki kişiler, Hz. Muhammed, şeytan, Hz. Ömer, Abdullah b. Mes'ûd ve ashaptır. Hz. Muhammed ve şeytan, anlatının şekillenmesini sağlayan esas kişilerdir. Hz. Ömer ve Abdullah b.



Mes'ûd da hikâyenin devamını sağlayan kişiler arasında yer alır. Eserin ilk kısmında “ashâb” olarak anılan kişiler ise anlatıdaki görev ve fonksiyonları açısından değerlendirildiğinde yardımcı kişiler olarak kabul edilebilir. Bu kişiler arasında, ayrıntılı olarak tanıtilen ise şeytandır. Yazar-anlatıcı, şeytanın fizikî özelliklerini ilk olarak Abdullah b. Mes'ûd'a gösterir. Bu özelliklerin onun tarafından görüldüğünü ifade eder. Böylece şeytanı fizikî açıdan somutlaştırır:

“(3) ‘Abdullâh, taşra çıktı. Gördi kim şeytân-ı (4) la'în durur. Bir gözi yok. Yüzünde yedi dâne kıl var. Toğuz kılına (5) beşzer. İki azusu var toğuz azusına beşzer.” (30<sup>a</sup>)

Hikâyede mekân, sadece dekor olarak kullanılır. Eserin ilk kısmında, Hz. Muhammed ve ashabinın mescitte oturduğu ifade edilir. Hikâyenin ilerleyen kısımlarında da mekân ile ilgili bilgi verilmez:

“(4)...bir gün ol 'âlem fahrı, peygamberler serveri Muhammed (5) Muştafâ şalallâhu 'aleyhi ve sellem aşhâb-ıla mescid içinde otururdu.” (29<sup>b</sup>)

#### 4. Transkripsiyonlu Metin ve Günümüz Türkçesine Çeviri

Eser, dil açısından Eski Anadolu Türkçesi döneminin özelliklerini göstermektedir. Genel itibariyle okunaklı ve imla açısından sağlamdır. Bununla beraber birtakım yazım hataları da görülür: Hôş (حوش), Bilmezüz (بلمزر), Mü'ekkel (موكل) vb. Nüshada, imla açısından müstensihin tercihi birtakım kullanımlar da mevcuttur. Bu kullanımlar, aynı zamanla imla hatası olarak da değerlendirilebilir: Gir (كمر), İçerüye (اچروا) vb. Eski Anadolu Türkçesi döneminde kaleme alınmış diğer eserlerde de görülen benzer örneklerde olduğu gibi izafet kesresinin ünsüzle biten bir kelimedenden sonra /ى/ sesiyle gösterildiği görülür: Hazret-i (حضرتى) Bununla beraber bitişik yazılması gereken eklerin kelimedenden ayrı yazıldığı örnekler de vardır: Hazretten (حضرتدن) vb. Söz konusu dönem metinlerinde, varyantlaşma esastır. Bu nedenle eser, dil açısından da müstakil bir çalışmada değerlendirilebilir.

Eserdeki cümleler genel itibariyle basit yapılıdır. Ancak “ki/kim” bağlacıyla kurulmuş bileşik cümlelerin varlığı dikkat çeker:

“(9)Ta'âmum oldur ki ümmetün ellerine ta'âm alıcağ...” (33<sup>b</sup>)

Çalışmanın bu bölümünde, hikâyenin önce transkripsiyonlu metni daha sonra günümüz Türkçesine çevirisi verilecektir.

#### 4. 1. Transkripsiyonlu Metin

#### [29<sup>b</sup>] Resûl Hâzretine Şeytân 'Aleyhi'l-la'ne Geldügin Beyân İder

Yine diñle ben söze kıldum nazâr  
'İşk-ıla söyleyelüm toğru haber

Ol nebîler serveri fâhır-ı cihân  
Hôş naşîhat eyledi diñle iy cân

3. Ebu'l-Hasen El-Bekrî Muhammed bin İshâk, kavlında
4. rivâyet kıılır kim bir gün ol 'âlem fâhır, peygambarlar serveri Muhammed
5. Muştafâ şalla'llâhu 'aleyhi ve sellem aşhâb-ıla mescid içinde otururdu.
6. Nâ-gâh bir kişi, mescid kapusunda çağurdu kim "Yâ Resûlallâh! Destûr
7. var mıdur içerü girem." didi. Resûl hâzreti tebessüm eyledi.
8. Eyitdi: "Yârânlar! Bildünüz mi söyleyen kimdür?" Eyitdiler: "Bilmezüz yâ Resûl-
9. allâh!" Resûl, eyitdi: "Şeytân-ı mel'undur. Diler ki içerü[y]e gire."
10. didi. Emîre'l-mü'minîn 'Ömer rağıya'llâhu 'anh yirinde turu geldi. Eyitdi:
11. "Yâ Resûlallâh! Ol ne mel'undur ki gele senüñ kapuña gire? Çıkayın anı
12. pâre pâre ideyin." didi. Resûl hâzreti, eyitdi: "Yâ 'Ömer! Allâhu ta'âlânüñ

#### [30<sup>a</sup>]

1. emrinde yoğdur kim ol helâk ola. Kıyâmete degin la'net içre qalısar."
2. didi. Pes Resûl, 'Abdullâh ibni Mes'ûd'a buyurdu kim "Var ol
3. mel'ûnı içerü getir." didi. 'Abdullâh, taşra çıqıdı. Gördi kim şeytân-ı
4. la'în durur. Bir gözi yođ. Yüzinde yedi dâne kııl var. Toñuz kıılma
5. beñzer. İki azusu var toñuz azusına beñzer. 'Abdullâh, eyitdi:
6. "Yâ mel'ûn! Gel. İçerü gir. Resûl hâzreti destûr virdi." Eyle
7. diyicek fi'l-hâl şeytân içerü[y]e girdi. Selâm virdi. Resûl
8. hâzreti muqayyed olmadı. La'în, eyitdi: "Yâ Muhammed! Niçün Tañrı'nun
9. selâmın almazsın?" Resûl, eyitdi: "Yâ mel'ûn! Selâmı mü'minlerden
10. almağ gerekdür. Allâh'ın rahmeti mü'minleredür. Ammâ yâ mel'ûn! Bunda
11. geldüğüne sebeb nedür? Neye geldüñ?" didi. İblîs, eyitdi: "Muhammed,
12. ben senüñ katuña gelmege yir aradum. Kendü rızâmla gelmedüm. Allâhu
13. ta'âlâ benüm üstüme bir melek mü'ekkel kııldı kim 'Resûl hâzretine

[30<sup>b</sup>]

1. var. Her ne kim Resûl hâzreti saña şorar. Toğru haber vir. Kendüñi anuñ
2. katında ulu görmegil. Toğru cevâb virmezseñ ‘azâb iderem.’ didi.
3. İmdi yâ Resûlallâh katuña gelmege sebep budur.” didi. Çün Resûl
4. hâzreti şeytân-ı la’înün haberin işitdi. Üç kerre tekbîr getürdi.
5. Eyitdi: “Yâ la’în! Evvel saña şorarin ki Âdem’e niçün secde eylemedüñ?”
6. Eyitdi: “Yâ Muhammed! Ol ne ‘aceb su’âl eyledüñ. Pes Allâhu ta’âlânun taqđirine
7. nazâr eyle. Taqđir de bud[ur] kim ben Âdem’e secde kılmayam. La’net olam. Pes Allâhu
8. ta’âlâ ferîştelere emr itdi kim Âdem’e secde ideler. Cemî’-i melâ’ikler secde itdiler.
9. Ben itmedüm. ‘Ucb eyledüm. Allâhu ta’âlâ dağı beni hâzreti[n]den sürdi. Mel’ûn,
10. merdûd eyledi. Eger ol vaqtın Hağ ta’âlânun dilegi ben secde itmege
11. olaydı ben dağı secde kılırdum. ‘Âşî olmayaydum. Pes Hağ ta’âlâ, Âdem’i
12. uçmağda dilendürdi. Emr eyledi kim: *Ve lâ taqrebâ hazîhiş şecerete fe tekûnâ mine’z-*
13. *zâlimîn.*<sup>7</sup> Şol buğday ağacına yakın olmañ!” didi. Egerçi yime

[31<sup>a</sup>]

1. didi. İllâ Allâh’uñ emri eyleydi kim Âdem anı yidi. Beni havâle kıldı.
2. Anı azdurdum. Ol buğdaydan yidi. Hađk’uñ emrin şıdı. Allâhu ta’âlâ dağı
3. uçmağdan anı çıkardı. Yire indürdi. İmdi yâ Muhammed! Her kime kim
4. Tañrı hışm itmeli olsa beni anuñ üstüne havâle kılır. Tîzcek
5. azdururum. İmdi ümmetüñe eyit kim toğru yola gideler. Senüñ şerî’atuñdan
6. taşra çıkmayalar tâ kim benüm mekrümden âzâd olalar. Allâh’uñ rahmetine müstağrak
7. olalar.” didi. Andan şonra Resûl, eyitdi: “Yâ la’în! Senüñ gâyet
8. düşmânun kimdür?” Şeytân, eyitdi: “Yâ Muhammed! Dünyâda senden katı
9. düşmânım yokdur.” didi. Resûl, eyitdi: “Yâ la’în! Ben saña n’itdüm ki
10. beni düşmân bilürsin?” didi. La’în, eyitdi: “Bundan dağı artuğ
11. neylesin ki sen vücûda geldüñ berü bir gün râhat olmadum. Sağ iken
12. şayru oldum. Gice gündüz figân eylerem kaçan kim ümmetüñden toğru yola
13. kişiler adum añduđları yirde baña la’net iderler. Sen niçe benüm

[31<sup>b</sup>]

1. düşmânım olmayasın.” didi. Resûl hâzreti eyitdi: “Yâ la’în! Dağı
2. kimleri sevmezsin?” La’în, eyitdi: “Yâ Muhammed! ‘Adl [ü] inşâf ehlin

<sup>7</sup> Kur’ân-ı Kerîm ve Açıklamalı Meali, Haz.: Hayretin Karaman, Ali Özbek, İbrahim Kâfi Dönmez, Mustafa Çağrıçı, Sadrettin Gümüş, Ali Turgut. Ankara: Diyânet Vakfı Yayınları. 2006: 5; *Bakara* / 35: “Biz: Ey Âdem! Sen ve eşin (Havva) beraberce cennete yerleşin; orada kolaylıkla istediğiniz zaman her yerde cennet nimetlerinden yeyin; sadece şu ağaca yaklaşmayın. Eğer bu ağaçtan yerseniz her ikiniz de kendine kötülük eden zalimlerden olursunuz, dedik.”

3. sevmezsin. Zîrâ ki bir sâ'at 'adl eylese Allâhu ta'âlâ yitmiş yıllık

4. tâ'at müzdin virür." Resûl, eyitdi: "Dağı kimleri sevmezsin?"

5. Eyitdi: "Âlimleri sevmezsin. Zîrâ ki ben dürişüp yapduğum anlar

6. yıkar." didi. **Şîr:**

Dağı ol kim şabr[1] çok dervîş ola

Hak ta'âlâ 'ışkına dil-rîş ola

7. Hem bulardan dağı zahmet görürem. Şöyle kim

8. her günde biş kez ölürem. Zîrâ ki ol yoğsul kim şükr eyleye ol

9. ganîden yegdür kim şükri olmaya." Resûl, eyitdi: "Yâ la'în! Bir [kişi] kim

10. hem ganî ola hem şâkir ola ol niçedür?" didi. Eyitdi: "Yâ Muhammed!

11. Ol kim ma'rifetde kâmil benüm boynum bağlar." didi. Resûl, eyitdi:

12. "Bir kişi kim oruç tutsa nice olursun?" didi. Eyitdi: "Ol kişi,

13. benüm başuma oddan yular urur." didi. [La'în]<sup>8</sup>, eyitdi: "Bir kişi kim

**[32<sup>a</sup>]**

1. şadağa virse balta-y-ıla beni iki pâre eyler ve dağı tamu odı dört

2. yanumdan cüş eyler. Şanursın ki cânum yanmadan gider ve hem şadağa

3. viren kişide altı haşlet vardır. Biri budur kim 'ömri artar. İkinci

4. rızkı ziyâde olur. Üçüncü kazâdan belâdan emîn olur.

5. Dördüncü şevâbı ağır, günâhı yeyni olur. Beşinci kıyâmet gününde

6. yüzi ayuğ on dördi gibi olur. Altıncı yaruğ ki gün uçmağ-ıla

7. tamu arasında bir perde ola. Ol kişi, tamuyı görmeye." didi.

8. Resûl, eyitdi: "Karındaşum Cembrâ'il dağı eyle haber virdi." Pes

9. Resûl, eyitdi: "Yâ merdûd! Benüm şahâbem Ebû Bekr hakkında ne dirsın?"

10. didi. İblîs, eyitdi: "Yâ Muhammed! Kaçan Ebû Bekr'i görsem eyle korğaram

11. ki cân gevdemden gider." Resûl, eyitdi: "Ömer-ile nicesin?" Eyitdi:

12. "Ömer'i görsem kurşun gibi erirem." didi. Resûl, eyitdi:

13. "Osmân-ıla niçesin?" Eyitdi: Cemî'-i melâ'ikler 'Osmân'dan utanurlar.

**[32<sup>b</sup>]**

1. Ben dağı utanuram." didi. Resûl, eyitdi: "Yâ la'în! 'Alî-y-ile niçesin?" Eyitdi:

2. Ben anuğ elinden zebûnam. Ben andan bîzâram. Tek ol beni koşun."

3. didi. Andan Resûl, eyitdi: "El-ğamdülillâh kim benüm ümmetüm eyü ümmetdür."

4. La'în, eyitdi: "Ol eyü ümmet didüğü benüm elümeddür. Top gibi

<sup>8</sup> Bu kelime, metinde "Resûl" şeklindedir. Ancak kelimedden sonra gelen cümleler dikkate alındığında kelimenin La'în şeklinde olması gerekmektedir.

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

5. oynaduram.” Resûl, eyitdi: “Nice oynadursın?” Eyitdi: “Ebû Bekr kim
6. haş aşhâbudur. Aña dağı mekrüm yetişür. Anı ümmetüğe medğ iderem. Anı
7. severler. Fülân aşhâbı ki sevmezler. Hâricî olurlar. Birbiri-y-ile
8. ceng iderler. Cum’a namazına varmazlar, varsalar du’âya göymez. Namâzı
9. dağı kabûl olmaz. Çok namâz kılsa ben eydürüñ ki ‘Yiter kılduñ. İşbu ki
10. meşğûl ol.’ dirin. Benüm sözümle namâzı terk ider. Müslimân olmaz.”
11. didi. Resûl, eyitdi: “Yâ la’în! Anlar hûd bilmezler. Sen niçün hasûdlık
12. idersin?” didi. Şeyfân, eyitdi: “Anuñ içün eyderem tamuda yalunuz
13. yanmayam.” didi. Resûl, eyitdi: “Şunlar kim benümle bi’at itdiler hîç anları

**[33<sup>a</sup>]**

1. azdurur mısın?” La’în, eyitdi: “Ol senüñ-ile bi’at idenler Allâh’uñ
2. rahmetine irişenlerdür. Gice gündüz bunlaruñ üstine rahmet yağar.
3. Bunlara niçe fırsat bulayın.” didi. Resûl, eyitdi: “Yâ la’în! Mihrü-
4. bânuñ, yârüñ kimdür?” La’în, eyitdi. **Şîr:**

Kim ribâ yir-ise oldur yârumuz

Dôstumuz anlardur hem varumuz

5. Hem öğüdüm dinleyenlerdür mollâm,
6. yoldaşum hem yiyen harâm. Şohbet itdügüm kim benüm iy ser-firâz-ı
7. kâmil olanlar ki kılmaya namâz. Hamr içenler katı yoldaşum-durur.
8. Hem dağı hâldâş, râzdâşum-durur. **[Şîr]:**

Güyegüdür kim zinâ kılsa baña

Eyt dir kim öğüt virürem ben aña<sup>9</sup>

9. Öğüdüm tutar benüm. Yârum
10. olur. Ölücegez sonra îmânsız ölür.” Resûl, eyitdi: “Ortağuş
11. kimlerdür?” Eyitdi: “Ortağ olup eksük şatanlardur.” Eyitdi: “Gâzîlerüñ
12. kimlerdür?” Eyitdi: “Zekât virmeyenlerdür.” Resûl, eyitdi: “Göñlüñ kaygusu
13. kimlerdür?” Eyitdi: Kim yalan and içse ol giderür dağı kim talâka

**[33<sup>b</sup>]**

1. and içse ol giderür. Ve dağı yâ Muhammed haş dôstlarum Allâh’a
2. şerik getürenlerdür. Yâ Muhammed! ‘Avânüm yetîm mâlı yiyenlerdür.” didi. Resûl,
3. eyitdi: “Senüñ yüzüñi kim kara eyler?” Eyitdi: “Dilinden istiğfâr benüm
4. yüzümü kara eyler. Cânüm acıdur.” didi. Dağı eyitdi: “Yâ merdûd! Senüñ

<sup>9</sup> Mısranın vezni bozuktur.

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

5. belünjü büken kimlerdür?" didi. Eyitdi: "Her kişi kim itdügi işe tevbe eyleye
6. ol belümi şır." didi. Resûl, eyitdi: "Mescidün kaçığıdur ki cemâ'atun
7. anda cem' olurlar?" La'în, eyitdi: "Benüm mescidüm yârânlardır. Cemâ'atun
8. hâyınlardır. Anların imâmıyam." didi. Resûl, eyitdi: "Ta'âmun nedir?"
9. Eyitdi: "Ta'âmum oldur ki ümmetün ellerine ta'âm alıcağ *Bismillâh*<sup>10</sup>
10. dimeden yirler. Ol ta'âmı ben bile yirin. Ve dağı hâfızum ki sağucılardur.
11. Mü'ezzinler, çal[ğ]ıdırlardur. Ve dağı tenine degür uranlar defterdârlarumdur.
12. Elçilerüm câdûlardır." Resûl, eyitdi: "Hiç senün velîlerün var mıdır?"
13. Eyitdi: "Ol kişi kim senün aşhâbındur birisine söge. Ol benüm

**[34<sup>a</sup>]**

1. velîmdür." Resûl, eyitdi: "Yâ la'în! Bunca halka niçe irişürsin?" Eyitdi:
2. "Yâ Muhammed! Halkun sağışınca benüm dağı evlâdum vardur. Zîrâ ki
3. baldırım birbirine sürerin gece ve gündüz oğlum toğar fesâd ehli.
4. Her birine bahâyimden ad viririn. Dâyim halkı anlar azdururlar.
5. Bir yolda fırsat bulmazlarsa bir yolda bulurlar. Bir kişi, namâza tura
6. ünin havâle iderin. Cehd iderin ki namâzın sehv itdürsin.
7. Ve dağı dânişmendlere varurlar azduralar 'ilme meşğûl olmayup
8. fıskâ meşğûl olalar. Okıdukların kıyâmet güninde yüzlerine
9. uralar. Ve dağı yalan tanıklık viren benüm leşkerümdür. Ve dağı
10. şol kocalar kim lâğ iderler. Anları azdurırın." Ve dağı "Yigitler
11. kim tekebbürlik iderler anları azdurırın. Ve dağı eyitdi: Yâ Muhammed!
12. Dört 'avrat vardur kim benüm aña fitnem irişmez. Kalanı emrûme mu'tî'dür."
13. Resûl, eyitdi: "Yâ la'în! Ol dört 'avrat kimlerdür?" Eyitdi: "Biri,

**[34<sup>b</sup>]**

1. Meryem'dür ki 'Îsâ anasıdır. Biri Âsiyâ'dur ki fir'avunun 'avratıdır.
2. Biri helâlün Hadîce'dür. Biri kızun Fâtıma'dur. Bunlar benüm elümden
3. halâş bulmuşdur. Ve dağı ol hatunlar kim tâ'at iderler. Namâz
4. kırlar. Anları azdurmazam. Yoğsa kalanın elümde top gibi oynaduram."
5. didi. Ve dağı "Yâ Muhammed! Kişi ümmetünden hayr itmek dilese aña evlâdumdan
6. yetmiş kişi havâle iderin. Aña hayr itdürmezler. Ve dağı bir kişi, namâz kılmaga
7. kaçd itse bir fi'l iderin ki anun namâzı kaçâyâ kalur. Çok namâza tura
8. gönline dünyâ teşvîşin birağırın. Gözüni dört yaña eyler. Maşlahatında

<sup>10</sup> Tanrı'nın adıyla...

9. ne kadar unudılmış var-ısa öğüne düşürürem. Hiç namâza muqayyed olmaz.

10. Anuñ gıbinüñ namâzı bâtil olur. Kıyâmet güninde namâzın yüzine ururlar.”

11. didi. Resûl, eyitdi: “Ümmetüm saña yarar ne iş işleye kim rahmete

12. kâbil olmaya.” La’în, eyitdi: “Ol kişiler kim bahîl ola ya müstehere ola.

13. Ol kişilere rahmet olmaya.” didi. Resûl, eyitdi: “Yâ merdûd! Senüñ-ile

[35<sup>a</sup>]

1. tamuya kimler girür?” Eyitdi: “Müşrikler ve namâz kılmayanlar ve kaçığan ve fesâd

2. ehli kişiler ve kavmına hased idenler ve yalan söyleyenler ve kimseye

3. bühtân idenler ve ataya anaya karşı söyleyenler. Bunlar benümle tamuya

4. gireler.” didi. Resûl, eyitdi: “Yâ la’în! Gevdeni [ne] nesne eridür?”

5. Eyitdi: “Gevdemi gâzîlerüñ eti ayağı eridür.” Resûl, eyitdi: “Seni

6. boğazlayan kimlerdür?” Eyitdi: “Beni boğazlayan ‘âlimlerdür ve ‘âlimlerüñ

7. şöhetidür.” Ve dañı eyitdi: “Seni pâre pâre iden kimlerdür?” Eyitdi: “Beni

8. pâre pâre iden Allâh’uñ zikrin idenlerdür.” didi. Resûl, eyitdi:

9. “Yüregüñe zañm uran kimlerdür?” Eyitdi: “Namâzda öñ şafa turanlardur.”

10. Resûl, eyitdi: “Aşhâbuñla seni qahr iden kimlerdür?” Eyitdi: “Cemâ’at-ıla

11. namâz kılanlardur.” Resûl, eyitdi: “Kardaşlaruñ kimlerdür?” Eyitdi: “Kardaşlarum

12. halkı incidenlerdür ve hem kıbleye karşı işeyenlerdür.” didi. Resûl, eyitdi:

13. Bi’l-’ayn ne ‘ameldür kim sen anı sevmezsin?” Eyitdi: “Bir kişi, kuşlık namâzın

[35<sup>b</sup>]

1. kâmil kıla ve mâlinuñ zekâvatın vire ve şükr eyleye, hayr [u] ihsân ide.

2. Anuñ-ıla işüm yok ammâ ol kim mâlinuñ zekâvatın virmeye ol mâl

3. anuñ boynında tavk olur. Kıyâmetde anuñ-ıla ‘azâba giriftâr olur.”

4. Ne’üzü-b’illâh! Şîr:

“Şol ki cevmerd ola ağıarumdur

Kim bahîl olursa key yârumdur

5. Ve dañı ol kişiyi sevmezem ki tahâretle

6. yöriye.” Ve dañı “Yâ Muhammed her kim Hakk’ı bir bile seni Hakk resûli bile niyyet

7. idüp turu anla, âb-dest ala, dünyâ fikrin göñline getürmeye, mescide

8. varup cemâ’at-ıla namâz kıla. Şandum ki başumı taş-ıla döğüp gevde

9. bıçaklar, hançerler ura.” “Yâ la’în! Bir kişi kim Qur’ân okıya ol vaktin

10. hâlüñ nice olur?” Şeytân, eyitdi: “Yâ Muhammed! Ol Qur’ân okıyan kişi,

11. diñince benüm gevde kırşun gibi erir.” Resûl, eyitdi: “Ol kişi kim

12. Ka’be tavâfın eyleye hâlüñ ne olur?” La’în, eyitdi: “Ol kişi, oddan

13. zencîr-ile benüm (...).<sup>11</sup> Temmetü'l-kitâb.

#### 4. 2. Günümüz Türkçesine Aktarım

##### Tanrı'nın Elçisine Şeytan'ın (Tanrı'nın laneti onun üzerine olsun!) Geldiğini Anlatır.

Tekrar dinle! Ben söze baktım. Aşk ile doğru haber verelim.

Ey can! Dinle! O; peygamberlerin önünde bulunan, yaratılmışların övücü güzel tavsiyede bulundu.

Ebu'l-Hasen El-Bekrî Muhammed bin İshâk, sözünde nakleder. Bir gün yeryüzünde ve gökyüzünde var olan yaratılmışların hepsinin övücü, peygamberlerin önünde bulunan Hz. Muhammed Mustafa (Tanrı için kılınan namazlar onun üstüne olsun ve ona selam olsun!) dostlarıyla mescit içerisinde oturuyordu. Ansızın bir kişi, mescidin kapısında bağırdı. “Ey Tanrı'nın elçisi! İçeriye girmeme izin var mıdır?” Tanrı'nın elçisi, gülümseyerek söyledi: “Dostlar! Konuşanın kim olduğunu bildiniz mi?” Dostlar, “Ey Tanrı'nın elçisi! Bilmeyiz.” diyerek karşılık verdiler. Tanrı'nın elçisi, söyledi: “Tanrı'nın lanetine uğramış olan şeytandır. İçeriye girmek ister.” İnanmışların emiri Ömer (Tanrı, ondan razı olsun!) yerinde ayağa kalktı. Söyledi: “Ey Tanrı'nın elçisi! O, Tanrı'nın lanetine uğramış nasıl bir kişidir ki senin kapından içeriye girsin? Çıkıp onu parça parça edeyim.” der. Tanrı'nın elçisi, söyledi: “Ey Ömer! Ululuk sahibi Tanrı'nın emrinde onun ortadan kaldırılması yoktur. O, kıyamet gününe kadar Tanrı'nın laneti içerisinde kalacaktır.”

Daha sonra Tanrı'nın elçisi, Abdullah b. Mes'ud'a “Gidip o Tanrı'nın lanetine uğramış içeriye getir!” buyurdu. Abdullah, dışarıya çıktı. Tanrı'nın lanetine uğramış şeytanın durduğunu gördü. Bir gözü yok. Yüzünde yedi tane domuz kılına benzeyen kıl var. Domuz boynuzuna benzeyen iki boynuzu var. Abdullah, söyledi: “Ey Tanrı'nın lanetine uğramış olan! Gel. İçeriye gir. Tanrı'nın elçisi, izin verdi. Öyle söylediğinde şeytan, hemen içeriye girdi. Selam verdi. Tanrı'nın elçisi, önem verip dikkatlice bakmadı. Lanetli, söyledi: “Ey Muhammed! Niçin Tanrı'nın selamını almazsın?” Tanrı'nın elçisi, söyledi: Ey Tanrı'nın lanetine uğramış olan! Selamı iman sahiplerinden almak gerekir. Tanrı'nın bağışlayıcılığı iman sahiplerinedir. Ey lanetli olan! Buraya gelmene sebep nedir. Neden geldin?” dedi. İblis, söyledi: “Muhammed, ben senin huzuruna gelmek için bahane aradım. Kendi isteğimle gelmedim. Ululuk sahibi Tanrı, bir meleğini benim üzerime vekil seçti. ‘Tanrı'nın elçisine git. Tanrı'nın elçisinin sana her sorduğuna doğru cevap ver. Kendini onun huzurunda yüce görme. Doğru cevap vermezsen sana keder veririm.’ dedi. Ey Tanrı'nın elçisi! Şimdi senin huzuruna gelmeme sebep budur.” dedi.

Tanrı'nın elçisi, Tanrı'nın lanetine uğramış şeytanın sözlerini işittiğinde üç kere “*Allahu ekber*” dedi. Söyledi: “Ey lanetli! Önce sana sorarım Hz. Âdem'e niçin secde etmedin? Söyledi:

<sup>11</sup> Bu kısım, yazma nüshada eksiktir.



...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

“Ey Muhammed! Ne kadar şaşkınlık verici bir soru sordun. Şimdi ululuk sahibi Tanrı'nın istediğine bak. Tanrı'nın isteği benim Hz. Âdem'e secde etmemem, lanetlenmemdir. Sözün kısası ululuk sahibi Tanrı, meleklerine Âdem'e secde etmeyi emretti. Meleklerin tamamı, secde ettiler. Ben etmedim. Kendimi beğendim. Ululuk sahibi Tanrı, beni huzurundan uzaklaştırdı. Lanete uğramış ve geri çevrilmiş eyledi. Eğer o zaman ululuk sahibi Tanrı'nın isteği benim secde etmem olsaydı ben de secde ederdim. Asi olmazdım. Sözün kısası ululuk sahibi Tanrı, Âdem'i cennette istekli hâle getirdi. Şöyle emretti: *'Biz: Ey Âdem! Sen ve eşin (Havva) beraberce cennete yerleşin; orada kolaylıkla istediğiniz zaman her yerde cennet nimetlerinden yiyin; sadece şu ağaca yaklaşmayın. Eğer bu ağaçtan yerseniz her ikiniz de kendine kötülük eden zalimlerden olursunuz, dedik* (Kur'ân-ı Kerîm ve Açıklamalı Meali, 2006: 5).’ Her ne kadar yeme dediyse de Tanrı'nın emri Âdem'in onu yemesiydi. Beni gönderdi. Onu yoldan çıkarttım. O buğdaydan yedi. Tanrı'nın emrini bozdu. Ululuk sahibi Tanrı da onu cennetten çıkardı. Yere indirdi. Ey Muhammed! Sözün kısası Tanrı her kime kızgınlıkla davranmak isterse beni onun üzerine gönderir. Hızlıca onu yoldan çıkartırım. Şimdi sana inanıp bağlanan cemaatine söyle doğru yola gitsinler. Senin doğru yolundan ayrılmasınlar. (Böylece) benim hilemden kurtulsunlar. Tanrı'nın bağışlayıcılığına batsınlar.” dedi.

Daha sonra Tanrı'nın elçisi, söyledi: “Ey lanetli olan! Senin son derecede düşmanın kimdir? Şeytan, söyledi: “Ey Muhammed! Dünyada senden büyük düşmanım yoktur.” dedi. Tanrı'nın elçisi, söyledi: “Ey lanetli olan! Beni düşman bilmen için ben sana ne yaptım?” dedi. Lanetli olan söyledi: “Sen vücuda geldiğinden beri bir gün bile rahat olmadım. Bundan daha fazla ne yapacaksın. Sağlıklı iken hasta oldum. Gece gündüz feryat ederim. Sana inanıp bağlanan cemaatin adımı andıkları zaman beni lanetliyorlar. Sen nasıl benim düşmanım olmayasın.” dedi. Tanrı'nın elçisi, söyledi: “Ey lanetli! Başka kimleri sevmezsin?” Lanetli, söyledi: “Ey Muhammed! Adaletli ve merhametli olanları sevmem. Çünkü bir saat adaletle davranırsa ululuk sahibi Tanrı ona yetmiş yıllık ibadet karşılığı verir.” Tanrı'nın elçisi, söyledi: “Başka kimleri sevmezsin?” Söyledi: “Bilginleri sevmem. Çünkü benim çabalayarak yaptıklarımı onlar yıkarlar.” dedi.

### Şiir

Sabrı çok olan derviş olur. Ululuk sahibi Tanrı'nın aşkına dertli olur.

Ayrıca günde bin kez ölmek gibi bunlardan sıkıntı çekerim. Çünkü yoksul kişi şükreder. O kişi zengin ve şükürü olmayan kişiden daha iyidir.” Tanrı'nın elçisi, söyledi: “Ey lanetli! Bir kişi hem zengin hem de şükredenlerdense onun durumu nasıldır?” Söyledi: Ey Muhammed! O kişi, herkesin yapamadığı ustalıkta olgundur. Benim boynumu bağlar.” Tanrı'nın elçisi, söyledi: “Bir kişi kim oruç tutarsa nasıl olursun?” Söyledi: “O kişi, benim başıma ateşten yular vurur.” Lanetli, söyledi: “Bir kişi, sadaka verirse baltayla beni iki parçaya böler. Cehennem ateşi dört yanımdan taşar. Canımın yanmadan gittiğini sanırsın. Sadaka veren kişide yaradılışından getirdiği altı huy

... vardır. Birinci ömrü uzar. İkinci geçimliği artar. Üçüncü kazadan ve beladan güvende olur. Dördüncü Tanrı tarafından ödüllendirilen hareketleri ağırlaşır. Günahı ise hafif olur. Beşinci kıyamet gününde yüzü, ayın on dördü gibi olur. Altıncı yarın gün cennetle cehennem arasında bir perde olur. O kişi, cehennemi görmez.” Tanrı’nın elçisi, söyledi: “Kardeşim Cebrail de öyle haber verdi.” Ardından Tanrı’nın elçisi, söyledi: “Ey kovulmuş! Benim sahabem Ebû Bekir hakkında ne söylersin?” dedi. İblis, söyledi: “Ey Muhammed! Ne zaman Ebû Bekir’i görsem öyle korkarım ki can gövdemden gider.” Tanrı’nın elçisi, söyledi: “Ömer ile nasılsın?” Söyledi: “Ömer’i görsem kurşun gibi eririm.” dedi. Tanrı’nın elçisi, söyledi: “Osman ile nasılsın?” Söyledi: Meleklerin tamamı Osman’dan utanırlar. Ben de utanırım.” dedi. Tanrı’nın elçisi, söyledi: “Ey lanetli! Ali’yle nasılsın?” Söyledi: “Ben, onun elinden acizim. Ben, ondan dolayı bitkinim. Sadece o beni bıraksın.” dedi. Ondan sonra Tanrı’nın elçisi, söyledi: “Tanrı’ya şükrolsun! Bana inanıp bağlanan cemaatim, iyidir.” Lanetli, söyledi: “O iyi cemaat dediğin benim elimdedir. Top gibi oynatırım.” Tanrı’nın elçisi, söyledi: “Nasıl oynatırsın?” Söyledi: “Ebû Bekir, sana mahsus olan dostundur. Ona bile hilem yetişir. Onu sana inanıp bağlanan cemaatine överim. Onu severler. Herhangi bir dostunu sevmezler. Haricî olurlar. Birbirleriyle mücadele ederler. Cuma namazına gitmezler. Gitseler duaya sabretmezler. Namazı bile kabul olmaz. Çok namaz kılsa ona ‘Bu kadar yeter. Bununla meşgul ol.’ derim. Benim sözümle namazı bırakır. Müslüman olmaz.” dedi. Tanrı’nın elçisi, söyledi: “Ey lanetli! Onlar kendilerini bilmezler. Sen niçin kıskançlık yaparsın?” dedi. Şeytan, söyledi: “Cehennemde yalnız yanmamak için yaparım.” dedi. Tanrı’nın elçisi, söyledi: “Benimle kabul eden şu kişileri hiç yoldan çıkartır mısınız?” dedi. Lanetli, söyledi: “O seninle kabul edenler Tanrı’nın esirgeyciliğine erişenlerdir. Bunların üzerine gece gündüz merhamet yağar. Bunlara nasıl fırsat bulayım.” dedi. Tanrı’nın elçisi, söyledi: “Ey lanetli! Senin muhabbetli olanın, dostun kimdir?” Lanetli, söyledi.

### Şiir

Kim faiz yerse o dostumuzdur. Onlar hem dostumuz hem de var olanımızdır.

Ayrıca öğüdüm dinleyenler âlimimdir. Haram yiyen yoldaşımdır. Ey olgunların üstün olanı! Sohbet ettiğim namaz kılmayanlardır. İçki içenler de sağlam yoldaşım, aynı hâli paylaşanım ve sır saklayanımdır.

### Şiir

Zina yapan kişi bana damattır. Konuşmamı ister. Ben ona öğüt veririm.

Öğüdümü tutar. Dostum olur. İmansız ölür.” Tanrı’nın elçisi, söyledi: “Ortağın kimlerdir?” Söyledi: “Ortak olup eksik satanlardır.” Söyledi: “Gazilerin kimlerdir?” Söyledi: “Zekât vermeyenlerdir.” Tanrı’nın elçisi, söyledi: “Gönlünü kaygılandıran kimlerdir?” Söyledi: “Kim yalan yere yemin verse o giderir. Boşanmak için yemin eden giderir. Ey Muhammed! Bana mahsus olan

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

dostlarım Tanrı'ya ortak koşanlardır. Ey Muhammed! Yardımcılarım yetim malı yiyenlerdir." dedi. Tanrı'nın elçisi, söyledi: "Senin yüzünü kim kara eyler?" Söyledi: "Gönülden bağışlanma isteği benim yüzümü kara eyler. Canımı acıtır." Yine söyledi: "Ey kovulmuş! Senin belini büken kimlerdir?" Söyledi: "Yaptığı işe tövbe eden her kişi benim belimi kırar." dedi. Tanrı'nın elçisi, söyledi: "Mescidin hangisidir? Cemaatin orada toplanır." Lanetli, söyledi: "Benim mescidim dostlardır. Cemaatim hainlik edenlerdir. Ben, onların imamıyım." Tanrı'nın elçisi, söyledi: "Yiyeceğin nedir?" Söyledi: "Sana inanıp bağlananlar ellerine yiyecek aldıklarından 'Tanrı'nın adıyla' demeden yerler. O benim yiyeceğimdir. O yiyeceği ben bile yerim. Hıfzedenim ağıtçılardır. Ezan okuyanlar, çalgıcılarıdır. Tenine resim çizenler defterdarlarımdır. Elçilerim, cadılarıdır." Tanrı'nın elçisi, söyledi: "Senin hiç velilerin var mıdır?" Söyledi: "Senin dostlarından birisine söven kişi benim velimdir." Tanrı'nın elçisi, söyledi: "Ey lanetli! Bunca yaratılmışa nasıl erişirsin?" Söyledi: "Ey Muhammed! Yaratılmışların sayısında benim de evladım vardır. Çünkü baldırımı birbirine sürerim. Gece gündüz fesat ehli oğlum doğar. Her birine hayvanlardan isim veririm. Bunlar sürekli halkı yoldan çıkartırlar. Bir yolda fırsat bulamazlarsa diğer bir yolda bulurlar. Bir kişi, namaza durduğunda ona sesini yollarım. Namazını yanlış kılması için çabalarım. Ayrıca bilgililere, ilimle meşgul olmayıp doğru yoldan ayrılmaları, okuduklarını kıyamet gününde yüzlerine vurmaları için varırlar. Ayrıca yalan yere tanıklık eden benim askerimdir. Şu oyun oynayan yaşlıları ve kibirli davranan gençleri de yoldan çıkartırım." Ayrıca şöyle söyledi: "Ey Muhammed! Dört kadın vardır. Benim onlara fitnem erişmez. Kalanı emrime uyar." Tanrı'nın elçisi, söyledi: "Ey lanetli! O dört kadın kimlerdir?" Söyledi: "Biri, İsa'nın annesi Meryem'dir. Biri firavunun eşi, Âsiyâ'dır. Biri helalin Hatice'dir. Biri kızın Fatıma'dır. Bunlar benim elimden kurtulmuşlardır. İbadet eden, namaz kılan kadınları da yoldan çıkarmam. Yoksa diğerlerini top gibi elimde oynatırım." dedi. Ayrıca, "Ey Muhammed! Sana inanıp bağlananlardan bir kişi, hayır yapmak isterse evlatlarımdan yetmiş kişiyi ona gönderirim. O kişiye hayır yaptırmazlar. Bir kişi, namaz kılmaya yönelse yaptığım bir fiille onun namazı kazaya kalır. Namaza çok durduğunda gönlüne dünya karışıklığını bırakırım. Dört yanına bakar. İşinde ne kadar unuttuğu varsa aklına getiririm. Namaza hiç bağlanamaz. Onun gibi kişinin namazı da beyhudedir. Kıyamet gününde namazını yüzüne vururlar." dedi. Tanrı'nın elçisi, söyledi: "Bana inanıp bağlananlar sana yarayacak nasıl bir iş yaparlarsa Tanrı'nın merhameti mümkün olmaz?" Lanetli, söyledi: "O kişiler, hasis veya bekletici ola. O kişilere merhamet yoktur." dedi. Tanrı'nın elçisi, söyledi: "Ey kovulmuş! Seninle cehenneme kimler girer." Söyledi: "Şirk koşanlar, namaz kılmayanlar, öfkeliler, fesat kişiler, topluluğuna kıskançlık edenler, yalan söyleyenler, bir kişiye iftira edenler, babasına ve annesine karşı konuşan kişiler benimle cehenneme girerler." dedi. Tanrı'nın elçisi, söyledi: "Ey lanetli! Gövdemi hangi nesne eritir?" Söyledi: "Gövdemi gazilerin eti ve ayağı eritir." Tanrı'nın elçisi,

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

söyledi: “Seni boğazlayan kimlerdir?” Söyledi: “Beni boğazlayan bilgi sahipleri ve onların sohbetidir.” Ve yine söyledi: “Seni parça parça eden kimlerdir?” Söyledi: “Beni parça parça eden Tanrı’nın adını dile getirenlerdir.” dedi. Tanrı’nın elçisi, söyledi: “Yüreğine yara vuran kimlerdir?” Söyledi: “Namazda ön safa duranlardır.” Tanrı’nın elçisi, söyledi: “Dostlarınla seni üzen kimlerdir?” Söyledi: “Toplulukla namaz kılanlardır.” Tanrı’nın elçisi, söyledi: “Kardeşlerin kimlerdir?” Söyledi: “Kardeşlerim halkı incitenler ve kibleye karşı küçük abdestini yapanlardır.” dedi. Tanrı’nın elçisi, söyledi: “Aynı şekilde hangi hareketi sevmezsin?” Söyledi: “Bir kişi, kuşluk namazını olgun bir hâlde kılar. Malının zekatını verir. Şükreder. Hayır ve bağış yapar. Onunla işim yoktur. Ancak malının zekatını vermeyen kişinin o malı boynunda tasma olur. Kıyamet gününde onunla azaba tutulur.” Tanrı, esirgesin.

### Şiir

“Cömert olan şu kişi düşmanlarımdır. Hasis olan kişi, dostumdur.

Abdestle yürüyen kişiyi sevmem. Ey Muhammed! Tanrı’yı bir ve seni onun elçisi olarak bilen, niyet edip anlayan, abdest alan, dünya fikrini gönlüne getirmeyen, mescide gidip toplulukla namaz kılan kişilerin başıma taş ile vurup gövdeme bıçaklar, hançerler vurduklarını sanırım.” “Ey lanetli! Bir kişi, Kur’ân-ı Kerîm okuduğu vakit hâlin nasıl olur?” Şeytan, söyledi: “Ey Muhammed! O Kur’ân-ı Kerîm okuyan kişi, okuduğunda benim gövdem kurşun gibi erir.” Tanrı’nın elçisi, söyledi: “O kişi Kâbe’yi tavaf ettiğinde hâline nasıl olur?” Lanetli, söyledi: “O kişi, ateşten zincirle benim...” Kitabın bitişi.

### Sonuç

“Resûl Hâzretine Şeytân ‘Aleyhi’l-la’ne Geldügin Beyân İder” başlıklı kısa hikâyeye, müellifi bilinmeyen eserlerdendir. Hikâyeye, Hz. Muhammed ile şeytan arasında gelişen ve soru-cevap özelliği gösteren diyaloglardan oluşur. Sorular ve cevapları göz önüne alındığında, hikâyenin özellikle İslam ile yeni tanışan halk kitlelerine şeytanın İslam’daki yerini basit bir şekilde anlatmayı amaçladığı görülür. İncelemeye esas olan nüsha, dil ve imla özellikleri açısından Eski Anadolu Türkçesi döneminin özelliklerini göstermektedir. Bu açıdan, eserin Anadolu’daki Türk edebiyatının ilk dönemlerinde, halkı eğitmek gayesiyle kaleme alınmış eserlerden bir tanesi olduğu kabul edilebilir. Bu tür müellifi belli olmayan halk için yazılmış hikâyeye kitaplarının başka eserlerden aktarılmış olabileceği gözden kaçırılmamalı, hikâyenin bugün için kütüphane kataloglarından ulaşılamayan daha hacimli başka nüshalarının olabileceği ihtimali de göz önünde bulundurulmalıdır. Bu açıdan hikâyenin müstakil bir eser ya da bir eserin parçası olup olmadığı hakkında kesin bir yargıda bulunmak bugün için imkânsızdır.

**Kaynaklar**

- Çelebi, İ. (2010). Şeytan. Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi. c: 39. İstanbul: Diyanet Vakfı Yayınları, s. 99-101.
- Gürkan, S. L. (2010). Şeytan: Diğer Dinlerde. Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi. c: 39. İstanbul: Diyanet Vakfı Yayınları, s. 101-103.
- Kartal, A. (2014). Anadolu'da nesir edebiyatı (XII.-XIX. asırlar). (M. F. Köksal, A. Kartal, C. Okuyucu, Haz.), Klâsik Dönem Osmanlı Nesri (s. 41-50), 3. bs. İstanbul: Kesit Yayınları.
- Kavruk, H. (1998). Eski Türk Edebiyatında Mensûr Hikâyeler. İstanbul: MEB Basımevi.
- Kur'ân-ı Kerîm ve Açıklamalı Meali. (2006). (Hayretin Karaman, Ali Özbek, İbrahim Kâfi Dönmez, Mustafa Çağrıçı, Sadrettin Gümüş, Ali Turgut, Haz.). Ankara: Diyanet Vakfı Yayınları.
- Kutsal Kitap (Tevrat, Zebur, İncil). (2009). İstanbul: Yeni Yaşam Yayınları.
- Levend, A. S. (1967). Divan Edebiyatında Hikâyeler. TDAY-Belleten, s. 71-117.
- Levend, A. S. (1973). Türk Edebiyat Tarihi. Ankara: TTK Yayınları.
- Mazıoğlu, H. (1985). Divan Edebiyatında Hikâye. Doğumunun Yüzüncü Yılında Ömer Seyfettin (s. 19-36), Ankara: AKM Yayınları.
- Özön, M. N. (1985). Türkçede Roman, 2. bs. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Tekin, M. (2002). Roman Sanatı (Romanın Unsurları) 1. İstanbul: Ötüken Neşriyat.

**Ek:****Tıpkıbasım**

...









**IS IT POSSIBLE TO GET ABNORMAL RETURN UNDER THE ASSUMPTION OF CALENDAR ANOMALIES?****Assoc. Prof. Dr. Ersin Kanat, ersinkanat44@hotmail.com\*****Abstract**

In this study, calendar anomalies, a topic that many researchers focus on, are examined. It is being investigated whether it is possible to obtain an abnormal return with the perception of anomaly in a market. For this reason, the Event Study method is used and the holiday effect anomaly is emphasized. Within the scope of the study, national and religious holidays in Turkey were discussed. In the study; daily data were used for the years 2017, 2018 and 2019. Thus, it has tried to determine whether there is a holiday anomaly could provide abnormal returns in Turkey. Sector-based research results do not reveal any important situation in other sectors except the service sector. In the service sector, it has been observed that abnormal returns are predominantly positive before national holidays and negative abnormal returns before religious holidays. Briefly, it is necessary to pay attention especially to the service sector around the holiday periods. In the near-holiday periods, there is an opportunity in order to obtain an extraordinary return from the service sector, as well as the sector risks more during these periods.

**Keywords:** Anomaly, Stock Market, Event Study, Abnormal Return, Holiday Effect.**TAKVİMSEL ANOMALİLERİN VARSAYIMI ALTINDA ANORMAL GETİRİ ELDE ETMEK MÜMKÜN MÜ?****Özet**

Bu çalışmada birçok araştırmacının üzerinde durduğu bir konu olan takvimsel anomaliler incelenmektedir. Bir piyasada anomali algısı ile normal üstü getiri sağlamanın mümkün olup olmayacağı araştırılmaktadır. Bu sebeple, Event Study yönteminden yararlanılmakta olup, tatil etkisi anomalisi üzerinde durulmaktadır. Araştırma kapsamında Türkiye'deki milli ve dini bayramlar ele alınmıştır. Çalışmada, 01.01.2017-31.12.2019 tarihlerini kapsayan günlük veriler kullanılmıştır. Böylelikle, Türkiye'de anormal getiri sağlayabilecek bir tatil anomalisi olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Sektör bazlı yapılan araştırma sonuçları, hizmet sektörü hariç diğer sektörlerde herhangi bir önemli durum ortaya koymamaktadır. Hizmet sektöründe ise milli bayramlar öncesi negatif, dini bayramlar öncesi ise pozitif anormal getirilerin meydana geldiği gözlenmiştir. Kısaca, dört ana sektörden birine yatırım yapılırken tatil dönemleri çevresinde özellikle hizmet sektörüne dikkat edilmesi gerekmektedir. Tatil dönemlerine yakın zamanlarda hizmet sektöründen normalüstü getiri elde etme imkânı olduğu gibi bu dönemlerde sektör, riski de daha fazla barındırmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Anomali, Borsa, Event Study, Anormal Getiri, Tatil Etkisi.

\* Zonguldak Bülent Ecevit University, School of Applied Sciences, Department of Finance and Banking, ORCID: 0000-0002-9361-4495

Araştırma Makalesi.

Makale Geliş Tarihi: 06.02.2021

Sayfa Sayısı:492-505

Makale Kabul Tarihi: 12.03.2021

## 1. Introduction

Until recently, due to the Efficient market hypothesis put forward by Fama, it was thought that investors were acting rationally and that extraordinary earnings could not be obtained with accessible information (Fama, 1970). This view was the basis of traditional finance theories. However, over time, these methods have failed to explain some price movements. Therefore, modern financial theories have emerged. Modern financial theories include the assumption that, contrary to traditional theories, there may also be psychological effects on investment decisions and that not every investor can act rationally (Chandra, 2008). Today, such unexplained events in terms of price and returns can be interpreted especially with the help of behavioural finance.

Behavioral finance focuses on psychological and sociological factors that influence investors and claims that these factors will lead to different investor behavior. The aforementioned behavioral patterns consist of many patterns that can be observed in almost all people, such as overconfidence, avoidance of uncertainty, avoidance of harm, conservatism and herd behavior (Tetik at al., 2015: 37-40). The fact that these behavioral patterns can be observed by many investors occasionally causes irrational results in the markets.

Stock markets are sensitive markets that are affected by many issues such as economic, sociological and political. Therefore, risk and return should be taken into account when investing in these markets. In addition, the characteristics of the markets are also very important in investment decisions. In some markets, many irrational price movements can be observed, which can only be explained by investor psychologies. It can be seen that these difficult-to-explain events are constantly recurring in certain periods. In such cases, investors' pursuing an investment strategy opposite to the market character can cause great losses.

The efficient market hypothesis states that the information that reaches the market is immediately reflected in the prices. Therefore; according to the theory, it is not possible for investors to get abnormal return (Daver at al., 2013: 11). However, many studies have shown that there may be abnormal returns in the markets. Situations that contradict this theory and deviate from normal are expressed as anomalies. These anomalies, which constantly cause abnormal returns in certain situations and cannot be explained much theoretically, have made their presence felt in many studies. These anomalies are divided into various classifications in studies. For example; It is possible to list them as time-dependent (calendar, periodic), non-time-dependent (cross-sectional) and technical anomalies.

Researchers use many methods while examining the existence of anomalies. These methods are used to determine price movements or abnormal returns against certain situations or periods. In this study, the event study method, which is applied in order to detect the presence of abnormal returns in the face of a certain event, is used. The main purpose of this study is to determine calendar anomalies by event study method, as different from previous studies. It is thought that there is a deficiency in using the aforementioned method in studies on calendar anomalies. Generally, the method is used to measure abnormal returns around single-day events. However, it is also possible to use the method around certain periods (such as 2, 3, 4... days period). With this

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

approach, it is investigated whether there is a holiday effect in Turkey and shown that the method can be used effectively in measuring time-related anomalies.

In addition to the fact that prices are increasing or decreasing during certain periods, it is also important to see exactly how many days before or after the event that caused the anomaly. With this method, an answer can be found to the questions about whether abnormal returns can be observed around the holidays or if it can be observed, how many days before or after it can be observed. In short, the study investigates the possibilities of obtaining abnormal returns by sector during holiday periods. For this purpose, after the first part, which constitutes the introduction part of the study, the second part, which consists of literature review, which includes studies on the subject in the past, is included. In the third part, information about the method of the research is given. The fourth part is the part where the analysis is carried out and the findings are obtained. Finally, in the fifth chapter, results and interpretations are revealed with the help of the findings obtained.

## 2. Literature Review

Studies about the existence of calendar anomalies have always been in the focus of attention of researchers. In these studies, it is seen that different results can be obtained depending on the time and the methods used. In this section, information about important studies that have been done recently and is considered to be relevant is given. Subjects in these studies such as what was investigated, what methods were used and what kind of results were reached are tried to be shown.

The importance of the subject is understood from the intensity of the researches carried out. Research on anomalies has great importance not only for developed countries' markets but also for developing and undeveloped countries' markets. Seif et al. (2017) conducted a study on seasonal anomalies in advanced emerging stock markets. The markets of Brazil, the Czech Republic, Hungary, Malaysia, Mexico, Poland, South Africa, Taiwan and Turkey were used within the scope of the research. 5 seasonal anomalies were tested in the study. These anomalies are "the month of the year", "other January", "day-of-the-week", "holiday", and "week 44". Researchers have claimed the existence of all other anomalies except for "other January". Marisa (2017) investigated the calendar anomaly on the Indonesian stock market. The data set of the study covers the years 2009-2011. In the study in which the regression method was used, findings regarding the existence of holiday effect were obtained.

It can be said that this issue has been handled with different methods for many markets in the past. Qadan et al. (2019) examined seasonal patterns and calendar anomalies in commodity markets. In the study; daily, weekly and monthly data of 9 commodities were used. In the study in which unit root tests were used, they found evidence for the existence of most of the 25 anomalies tested. In addition, Al-Khazali and Mirzaei (2017) used stochastic dominance (SD) and mean-variance (MV) analyses in anomaly analysis. Researchers investigated the existence of calendar anomalies in terms of Islamic stock indices. As a result of the analysis, they obtained findings about anomalies such as Monday – Friday, seasonality and January effect in some indices. However, when the findings are examined, it is understood that the indices differ. Caporale and Zakirova (2017) have used OLS, GARCH, EGARCH and TGARCH methods as different methods. They investigated whether there

are calendar anomalies such as January, day of the week and turn of the month in the Russian stock market. The researchers emphasized that transaction costs should also be included in the analysis and claimed that traces of anomalies disappeared in this way. Another method widely used in anomaly research is the power ratio. Using this method, Gül (2020) examined the presence of the January anomaly in stock markets of 23 countries. In the research, it was determined that there are anomalies in markets of 18 countries. In addition, the years in which the anomaly was most common in the study were specified as 2012 and 2019. Andrieş et al. (2017) examined seasonal anomalies in central and eastern European countries. Conditional Variance Approach was used in the study. In the study which the data between 2000-2015 years were used and 11 countries were analyzed, it was concluded that the efficient market hypothesis is not valid for all markets.

In addition, nowadays, with the development of technology, the methods used are getting different. Abnormal movements of data in the markets and analysis of data are frequently used in data science. An example of these is the work of Ahmed and Choudhury (2017) to detect anomalies in financial data. The researchers analyzed the daily data between 2009-2013. In order to detect anomalies in the data, they have applied techniques such as nearest-neighbours, clustering and statistical approaches used in big data analysis. In the study examined the methods that can be used to detect anomalies, they stated that LOF (Local Outlier Factor) and CMGOS (Clustering-based Multivariate Gaussian Outlier Score) techniques are the techniques that give the best performance. In addition, Close and Kashef (2020) aimed to detect abnormal behaviours in the stock market with Combining Artificial Immune System and Clustering Analysis methods. They explained the systems that give the best performance among the methods they have applied to detect deviations from normal behaviour by processing the data. According to this study, the best performing methods are Area Under the Curve, False Alarm Rate, False Negative Rate, and Computation Time approaches.

Research with anomalies not only produces different results depends on methods, the subject is also complex enough to produce different results depends on markets and time. Rossi and Gunardi (2018), Karcioğlu and Özer (2017), Jebran and Chen (2017) used the GARCH method for anomaly research. However, Rossi and Gunardi (2018) conducted their research on the stock exchanges of France, Germany, Italy and Spain. The 2001-2010 period was used in the study, and they revealed that some effects are country specific and unstable. For these reasons, the researchers stated that the presence of anomalies is suspicious. Karcioğlu and Özer (2017) investigated the effect of holiday and day-of-week anomalies which are calendar anomalies in the returns and volatility of the Turkish Stock Exchange. In the study examining the years 2002-2016, it was shown that negative returns were obtained on Mondays and positive returns were obtained on Wednesdays in indices excluding industry. Jebran and Chen (2017) investigated calendar anomalies in Pakistan. In the study, differently, a research has been conducted to examine the anomalies in the Islamic stock market. In addition to frequently investigated anomalies such as the January effect and the day of the week effect, anomalies such as the Islamic calendar effect and half of the month, which may be closely related to the index, were also included in the study. As a result of the research; important conclusions have been reached. For example; some anomalies such as the January effect and the Ramadan effect were not encountered. However; Evidence of the existence of anomalies such as "day of the week, turn of the month, half of the month" were found.

As a result, when the literature is examined; it is seen that many methods and approaches such as Garch, power ratio, machine learning, and OLS have been used in the past in order to provide evidence for the existence of calendar anomalies. Various findings with different importance can be obtained due to the methods used, the markets analysed and the periods subjected to analysis. The originality of this study is not limited to the issues of investigating the holiday impact in the Turkish market and conducting the research with current market data. It is thought that the event study method, which is a method closely related to the efficient market hypothesis and abnormal returns, is lacking in the use of calendar anomalies frequently investigated in financial markets. For this reason, unlike many past studies, event study method is used in the analysis and thus it is tried to reveal whether abnormal returns can be achieved before and after the holidays.

### 3. Research Methods and Materials

In this research, abnormal return opportunities before and after holidays are analyzed by the event study method. The method enables to investigate the effects of any event in certain periods (Serra, 2002: 3). It is generally used to support or oppose studies on efficient market hypothesis (Benninga, 2014: 331). Generally, Constant Mean Return Model and market model are used to calculate returns. In this study, the market model was preferred because the mostly market models were used in researches related to anomalies in Turkish markets and in past researches it was generally stated that this model performed superiorly (Baş, 2018: 254). This model assumes a linear relationship between securities returns and market portfolio returns. The main reason why this model is preferred is that it is more powerful in detecting abnormal returns than other models and it has been proven to give valid results (Salamudin et al., 1999: 413).

Certain steps must be followed for event study applications. Although there is no single standard for these steps; In general, steps such as defining the event, selecting the event window, determining the effects of the event and evaluating the results are used (Eppli ve Tu, 2005: 120). In this study; national and religious holidays in Turkey were examined for 2017, 2018 and 2019. With the idea that the holiday effect may have been felt more, holidays lasting 3 days and above were chosen. The reason why the analysis started as of 2017 is that a new national holiday was declared in 2016 with the prevention of the coup attempt in Turkey. Using the year 2016 in this study may present misleading results due to the effects of the coup attempt. The holidays used in the study are shown in Table 1.

**Table 1:** Holidays Used in the Study

A	Commemoration of Ataturk, Youth and Sports Day - 2017
B	Ramadan Feast – 2017
C	Feast of Sacrifice - 2017
D	National Sovereignty and Children’s Day – 2018

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

E	Ramadan Feast – 2018
F	Feast of Sacrifice - 2018
G	Republic Day – 2018
H	Ramadan Feast – 2019
I	Democracy and National Solidarity Day – 2019
J	Feast of Sacrifice – 2019
K	Victory Day – 2019

Because of the holidays considered in the study lasted longer than one day, while determining the event windows, the [-10, 0] event window was used for the effects before the holiday start dates. Here, the event day was determined as the last trading day before the holiday. Event window [0, 10] was used for post-holiday effects. In this event window, the event day was determined as the first trading day after the holiday. In this way, it was investigated whether there was an abnormal return up to 10 days before the beginning of the holidays and up to 10 days after the end. Normally, there is no exact standard for determining these periods. It may differ according to the purpose and subject of the study. In the study; It is thought that the holiday effects will not have an effect more than 10-day periods and the reliability of the research will decrease with the extension of the period (Kothari & Warner, 2007: 8).

Briefly, the study reveals how many negative and positive abnormal returns there are around which holiday. Thus, it is examined whether holidays have an effect in Turkey and whether an abnormal return will be achieved with these effects, if there is any effect. For this purpose, abnormal returns (AR) and cumulative abnormal returns (CAR) around holidays were investigated using t-test. The average abnormal and average cumulative abnormal returns of the companies in each sector were interpreted in a table. The review was carried out on 4 main sectors in Borsa Istanbul. These sectors are; Service, Financial, Industrial and Technology indices. For each sector, companies were selected as specified in the Public Disclosure Platform (KAP) of the Republic of Turkey. In this context; There are 65 companies in the Service sector, 105 companies in the Financial sector, 163 companies in the Industrial sector and 19 companies in the Technology sector. The daily data of the companies were obtained from the "Thomson Reuters Data Stream".

#### 4. Results

In the study, it is examined whether there is any abnormal return around the holidays. Average abnormal return and average cumulative abnormal return results by sectors were calculated and their significance was determined by t-test. Table 2 shows how many average abnormal returns are statistically significant in which sector within the pre and post-holiday event windows. The values of average abnormal returns are included in the appendixes

Table 2: Numbers of AARs and Values of CAARs

Holidays			A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	
Service	AAR (#)	[-10]	2	1	-	1	1	3	1	1	1	-	2	
		[+10]	-	-	2	1	2	-	2	-	-	2	-	
	CAAR (t-test)	[-10]	0,3323	-0,603	1,1156	1,5481	-1,795	<b>2,3878</b>	1,8452	<b>2,4886</b>	1,8091	0,9088	1,2847	
		[+10]	1,6342	-0,802	-1,381	0,5162	0,6525	1,0164	0,6714	0,1685	0,4301	1,3008	-0,616	
Financial	AAR (#)	[-10]	-	-	1	-	2	4	1	-	2	-	-	
		[+10]	-	-	3	1	-	-	-	-	-	-	-	
	CAAR (t-test)	[-10]	-0,657	0,7861	-0,625	0,1893	0,5815	0,1675	1,0697	1,3747	0,0688	-0,022	-1,223	
		[+10]	-1,249	0,3123	0,2568	1,7086	0,4594	1,2116	1,1895	0,9505	-1,19	-1,156	0,0713	
Industrial	AAR (#)	[-10]	-	-	-	1	-	2	2	-	3	-	-	
		[+10]	-	1	1	2	1	-	2	-	-	-	-	
	CAAR (t-test)	[-10]	0,5025	-0,391	0,0309	1,3716	0,6201	1,0762	-	<b>2,3306</b>	0,1895	-1,48	-0,551	0,469
		[+10]	0,2087	0,7904	0,6726	<b>2,2149</b>	-1,058	0,5288	1,1572	0,7409	0,9324	0,3769	0,694	
Technology	AAR (#)	[-10]	2	-	-	-	2	2	-	2	-	3	1	
		[+10]	1	-	-	-	3	-	-	-	2	1	-	
	CAAR (t-test)	[-10]	-0,207	-0,491	-1,102	0,3029	-0,7	0,6379	0,2561	1,1334	-1,264	0,1175	1,7627	
		[+10]	-0,2	-1,67	-0,963	0,3561	<b>3,2083</b>	0,5449	0,9255	0,1792	1,9491	1,8601	0,9129	

The AAR [-10] lines in Table 1 indicate the 10-day period backwards from the last trading day before the holiday, and the AAR [+10] lines specify the 10-day period forward from the first trading day after the holiday. These lines show how many times abnormal returns have been found. CAAR lines contain t statistics values of cumulative abnormal returns.

As can be seen from Table 2, abnormal returns occur before or after each holiday in the service sector. On the other hand, there have been times when abnormal returns were not seen in other sectors. For this reason, it cannot be said that there is a stable effect in sectors other than the service sector. Abnormal returns in the service sector are usually seen before the holidays. Only 2 out of 11 holidays showed no abnormal returns before the holidays. Abnormal returns have been encountered after the end of these holidays. The year in which abnormal returns are seen before the holiday without exception is 2018. When we look at the CAAR results, cumulative abnormal returns have occurred in only two events and their values are negative. Although there is no

cumulative return in other holiday times, it may be possible to obtain abnormal returns with very short time trading in 10-day periods.

When Appendix-1 is examined, it is observed that negative abnormal returns generally occur before religious holidays for the service sector. On the other hand, it can be said that positive abnormal returns prevail before national holidays. In short, it emerges that there are abnormal returns in the service sector and it is necessary to be more careful when investing in the service sector during these periods.

## 5. Conclusion & Discussion

Contrary to the efficient market hypothesis, many previous studies show that abnormal returns can be obtained. These studies reveal that information is not always effective in the markets and that people do not always act rationally according to the information they reach. It can be understood from the literature that the aforementioned studies are presented with different analysis types. Another analysis method used to measure the efficiency of the markets and the possibility of abnormal returns is the Event Study. However, when the previous studies are examined, it is noteworthy that the method is generally applied in events covering a certain day. However, it is also possible to use the method for events covering more than one day. For this reason, in the study, the effects of holidays lasting longer than a day were examined by the event study method. These holidays consist of national and religious holidays in Turkey. In the study, evidence of abnormal returns was sought before the beginning of each holiday and after the end of the holiday in the main sectors in Borsa Istanbul.

The results obtained from the research have not been found to prove the holiday effect anomaly in any sector other than the service sector. In the service sector, it has been observed that there is a negative or positive abnormal return within 10 days before or after the holidays. In addition, it has been observed that generally negative abnormal returns occur before religious holidays and positive abnormal returns before national holidays. However, no traces of cumulative abnormal returns were encountered in the service sector, either. This situation shows that abnormal returns are short-term and markets have recovered in 10 days.

Studies conducted on the subject and at different times in Turkey have produced different results. While some studies in the BIST100 index indicated that only Ramadan holidays is effective among religious holidays (Gürbüz & Şahbaz, 2019), some sector-based studies have suggested that the holiday effect is seen in all sectors (Karcıoğlu & Özer, 2017). When the subject is examined in terms of the periods discussed by this study and the four main sectors, it is very difficult to say that it is possible to profit from the sectors in Turkey before and after the holidays by taking advantage of the holiday anomaly only. However, it should be noted that it is possible to earn extraordinary profits with instant or very short trades in the service sector.

In general, it can be said that the reasons of the abnormal returns in the service sector is related to the uncertainty and risk perception of the investors for the holiday period. In addition, it is believed that the main reason why abnormal returns are found especially in the service sector is due to an investment approach connected to the culture in Turkey. In Turkey, people often change cities to visit relatives or vacation during holidays lasting more than a few days. For this reason, investors



may think that the tourism sector, which is a sub-branch of the service sector, is affected during long holiday periods. In short, it is thought that the tourism sector, which includes business lines such as accommodation, travel and restaurants, is the most effective on abnormal returns.

In summary, when investing in one of the four main sectors in Turkey, it is necessary to pay attention especially to the service sector around the holiday periods. In the near-holiday periods, there is an opportunity to obtain an extraordinary return from the service sector, as well as the sector risks more during these periods. In the future, the subject may be expanded by studies such as conducting company-based research, implementing event study in different markets for similar studies, or evaluating different anomalies. It is thought that expanding research on anomalies is very important for investors and researchers.

## References

- Ahmed, M., & Choudhury, N. (2017). Anomaly Detection on Big Data in Financial Markets. ASONAM '17: Proceedings of the 2017 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining 2017 (s. 998-1001). Sydney: (Doi: <http://dx.doi.org/10.1145/3110025.3119402>).
- Al-Khazali, O., & Mirzaei, A. (2017). Stock Market Anomalies, Market Efficiency and the Adaptive Market Hypothesis: Evidence from Islamic Stock Indices. *Journal of International Financial Markets, Institutions & Money*, 51, 190-208. (Doi: <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2017.10.001>).
- Andrieş, A. M., Ilnatov, I., & Sprincean, N. (2017). Do Seasonal Anomalies Still Exist in Central and Eastern European Countries? A Conditional Variance Approach. *Romanian Journal of Economic Forecasting*, 20(4), 60-83.
- Baş, R. (2018). Borsa İstanbul İçin Yapılan Yarı-Güçlü Formda Piyasa Etkinliği Testi Çalışmaları Üzerine Bir Literatür İncelemesi. *İşletme Bilimi Dergisi (JOBS)*, 6(2), 253-285. (Doi: <https://www.doi.org/10.22139/jobs.363286>).
- Benninga, S. (2014). *Financial Modeling*. London: MIT Press.
- Caporale, G. M., & Zakirova, V. (2017). Calendar Anomalies in the Russian Stock Market. *Russian Journal of Economics*, 3(1), 101-108. (Doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ruje.2017.02.007>).
- Chandra, A. (2008). Decision Making in the Stock Market: Incorporating Psychology with Finance. National Conference on Forecasting Financial Markets of India. <https://ssrn.com/abstract=1501721>.
- Close, L., & Kashef, R. (2020). Combining Artificial Immune System and Clustering Analysis: A Stock Market Anomaly Detection Model. *Journal of Intelligent Learning Systems and Applications*, 12, 83-108. (Doi: <https://doi.org/10.4236/jilsa.2020.124005>).
- Daver, G., Karacaer, M., & Ünlü, H. (2013). Testing of Bist and Turkdex: Random Walk and Market Efficiency. *International Journal of Economics and Finance Studies*, 5(2), 10-22.
- Eppli, M. J., & Tu, C. C. (2005). An Event Study Analysis of Mall Renovation and Expansion. *Journal of Shopping Center Research*, 12(2), 117-130.
- Fama, E. F. (1970). Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work. *The Journal of Finance*, 25(2), 383-417.
- Gül, Y. (2020). Ocak Ayı Anomalisi Gerçekten Var mı? Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 48, 135-160.

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

- Gürbüz, S., & Şahbaz, A. (2019). Ramazan Ayı ve Dini Bayramların Bist 100 Endeksine Etkileri: Piyasa Anomalilerinin İncelenmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 15(4), 951-964. (Doi: <http://dx.doi.org/10.17130/ijmeh.2019456392>).
- Jebran, K., & Chen, S. (2017). Examining anomalies in Islamic equity market of Pakistan. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 7(3), 275-289. (Doi: <https://doi.org/10.1080/20430795.2017.1289455>).
- KAP. (2020). Kamuyu Aydınlatma Platformu: <https://www.kap.org.tr/tr/Endeksler> (19.11.2020).
- Karcıoğlu, R., & Özer, N. (2017). Bist'de Haftanın Günü ve Tatil Etkisi Anomalilerinin Getiri ve Oynaklık Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(4), 457-483.
- Kothari, S. P., & Warner, J. B. (2007). *Econometrics Of Event Studies. Handbook of Corporate Finance: Empirical Corporate Finance.* içinde North-Holland: Elsevier.
- Marisa, O. (2017). Anomali Monday Effect Pada Ihsg Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2011. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 6(1), 88-108.
- Qadan, M., Aharon, D. Y., & Eichel, R. (2019). Seasonal Patterns and Calendar Anomalies in the Commodity Market for Natural Resources. *Resources Policy*, 63, 1-22. (Doi: <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2019.101435>).
- Rossi, M., & Gunardi, A. (2018). Efficient Market Hypothesis And Stock Market Anomalies: Empirical Evidence In Four European Countries. *The Journal of Applied Business Research*, 34(1), 183-192.
- Salamudin, N., Ariff, M., & Nassir, A. M. (1999). Economic influence on rights issueannouncement behavior in Malaysia. *Pacific-Basin Finance Journal*, 7(3), 405-427.
- Seif, M., Docherty, P., & Shamsuddin, A. (2017). Seasonal Anomalies in Advanced Emerging Stock Markets. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 66, 169-181. (Doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.qref.2017.02.009>).
- Serra, A. P. (2002). Event Study Tests- A Brief Survey. Working Papers da FEP no. 117. Faculdade de Economia do Porto - Universidade do Porto.
- Tetik, N., Karadeniz, G., Margazieva, N., & Altymyshev (2015). Geleneksel Finanstan Davranışsal Finansa: Hangi Düşüncelerle Harcama ve Yatırım Yaparız?. *Reforma*, 3(67), 32-43.

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

**APPENDIX-1** AAR Table of Service Sector (Ten days before the start of the holiday [-10, 0]; ten days after the end of the holiday [0, 10])

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
<b>-10</b>	<b>-2,5102</b>	-0,16	-0,36	-0,9851	0,2258	0,0806	-0,0267	1,0299	1,6324	0,3429	<b>2,6667</b>
<b>-9</b>	-0,4082	-0,16	0,76	-0,1343	-0,2258	-0,6774	0,1467	0,5821	1,1324	-0,1286	<b>2,2609</b>
<b>-8</b>	1,5102	0,74	1,3	-0,3582	-0,8065	-0,9355	-0,12	0,7761	1,2059	1,4143	0,5942
<b>-7</b>	0,898	-0,6	-0,32	<b>-2,1791</b>	-0,7097	-0,129	-1,9067	<b>1,9701</b>	0,4265	-1,1571	-1,8696
<b>-6</b>	<b>2,7959</b>	<b>-2,62</b>	1,12	0,2836	<b>-2,0645</b>	-0,6613	0,2667	-1,791	0,9706	-0,2714	-1,0435
<b>-5</b>	1	-0,88	0,96	-0,7612	-0,9839	-0,0968	1,5733	0,4925	-1,5294	0,1286	1,7826
<b>-4</b>	0,3265	0,12	-1,46	0,9851	-1,4194	<b>-3,2419</b>	0,5333	1,3582	-1,1471	-0,0286	-0,4058
<b>-3</b>	1,2041	0,06	0,42	-0,4627	-0,3226	<b>-3,7258</b>	0,2267	1,5075	<b>2,2941</b>	0,0571	-0,4928
<b>-2</b>	-1,3265	-0,54	0,96	-0,7164	-1,0968	<b>2,1774</b>	<b>2,2667</b>	0,7612	0,3676	0,6286	-0,8986
<b>-1</b>	-1,7143	0,72	0,36	-0,0597	-0,4194	-1,5806	1,5467	-0,2687	1,3382	1,4714	0,8116
<b>0</b>	-0,6735	1,32	-0,04	-0,7463	1,871	0,871	1,6133	1,8358	-0,6912	0,5571	0,8551
<b>0</b>	1,18	-1,24	-0,24	-0,7727	<b>-2,623</b>	1,0968	<b>-2,0267</b>	1,3529	0,75	<b>2,6286</b>	-1,2676
<b>1</b>	-0,24	-0,88	0,6	1,9394	-0,6066	-0,629	-1,8267	-0,9265	-0,7647	<b>2,2429</b>	-1,4085
<b>2</b>	0,6	1,3	0,48	-0,1667	0,1148	-0,0968	0,6667	-1,3676	-0,1912	0,6	1,1972
<b>3</b>	1,46	-0,32	-0,68	-0,303	1,2459	-0,9355	-0,6133	0,6324	-0,0147	-1,8286	0,831
<b>4</b>	1,1	-0,54	1,38	0,0758	-0,2295	0,2097	-1,4533	-0,2794	0,5441	-1,0143	0,493
<b>5</b>	-0,28	0,5	0,92	-1,4848	1,4754	0,0323	0,68	1,6618	0,0147	1,7571	-0,662
<b>6</b>	1,36	0,38	-1,76	-0,1061	0,377	-0,1774	0,2933	-0,0147	0,1912	-0,3714	-0,2254
<b>7</b>	-0,12	-0,52	<b>-2,32</b>	<b>-1,9848</b>	<b>2,5738</b>	0,3548	-0,0667	0,4853	-0,8824	-0,4857	-0,0141
<b>8</b>	0,56	0,08	<b>-3,16</b>	0,4242	1,2131	1,1774	1,0267	-1,1176	0,3971	-0,8857	-1,4366
<b>9</b>	0,4	-1,86	-0,62	-0,4091	-1,1803	1,5645	<b>2,1733</b>	-0,5	-0,0882	0,8143	0,8169
<b>10</b>	-0,6	0,44	0,82	1,0758	-0,1967	0,7742	-1,08	-0,4853	1,4706	0,8571	-0,3662

APPENDIX-2 AAR Table of Financial Sector (Ten days before the start of the holiday [-10, 0]; ten days after the end of the holiday [0, 10])

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
-10	1,2143	0,25	0,1481	-0,907	-1,881	-0,3704	-0,6849	-0,4237	-0,2105	-0,1667	-1,2222
-9	-0,8929	0,3571	-0,5556	1,1395	-1,0952	1,0926	0,8082	-0,0508	0,5439	-0,3519	-1,3148
-8	-1	0	-1,7778	-0,3721	0,5238	0,7963	0,4247	-0,0678	-0,3333	-0,7778	-0,9074
-7	-1,5714	0,2143	0,2963	-0,5349	-0,8333	-1,3333	<b>1,9863</b>	-1,4068	0,0526	1,0926	-0,5
-6	-1,5714	1,5714	-1,1481	-0,4419	<b>2,9524</b>	<b>-2</b>	0,3288	1,0508	0,1754	-0,9815	0,1852
-5	-0,25	1,1429	-0,7037	-0,0698	0,3571	<b>-4,7593</b>	-0,274	0,2712	<b>2,7544</b>	1,3333	-1,0556
-4	-0,2857	1,0714	<b>2,1111</b>	-0,5814	<b>2,4762</b>	<b>2,3148</b>	0,9041	-1,0339	0,2982	0,2407	1,1481
-3	-0,4643	-0,3571	0,4444	0,814	-1,2143	<b>2,5556</b>	-0,3151	-1,2034	-1,1404	0,1111	-0,4444
-2	0,5357	-0,4643	-0,2222	-0,093	1	1,7593	0,6438	-0,6949	0,4386	1	0,963
-1	1,2143	-0,9286	-0,5185	-0,3256	1,3571	-0,1852	-1,411	-0,3559	<b>-2,4561</b>	-1,2963	0,1667
0	0,8929	-0,25	-0,1481	0,7442	-1,7143	0,6852	1,137	-0,6441	0,1053	-0,2778	-1,0741
0	-1,75	-1,1071	-1,6296	0,7619	1,5476	-1,7222	1,3288	0,2542	-1,2105	-1,1481	1,2727
1	0,5714	0,5357	<b>-2,3333</b>	-0,2857	-0,5238	-0,2778	-1,5068	-0,1186	0,0175	-1,2778	0,4182
2	0,2143	-1,8214	-1,8148	-0,2381	1,1429	0,5556	1,3425	0,6102	-0,0175	-0,8889	-0,8364
3	-1,1786	0,6429	-0,4074	0,6905	-0,8333	-0,1481	-0,7945	-0,3051	-1,1053	-0,5	-0,4545
4	-0,6071	1,1786	-0,037	0,9524	0,1667	-1,4444	0,8356	0,4407	0,0526	0,2037	-0,5091
5	0,2857	-0,8571	0,6667	-0,9524	-1,8571	1,3519	0,4795	-0,4407	0,2632	-1,037	0,4727
6	-0,4643	0,4643	<b>2,1481</b>	-0,3571	-0,0952	-0,2407	0,3288	0,4068	-0,9123	1,1296	-0,4727
7	1,0357	1,0714	1,2222	<b>3,881</b>	1,7619	-0,5741	1,6164	-0,3898	0,1754	-0,4259	0,2182
8	-1,1071	-0,7143	<b>2,0741</b>	1,2143	-0,5714	0,7222	-0,0959	1,4915	-0,1579	1	1,0545
9	-1,3929	1,5357	1,1852	0,0238	0,619	-1	-0,137	0,661	-0,3333	0,1852	-0,5818
10	0,25	0,1071	-0,2222	-0,0238	0,1667	-1,2407	0,5479	0,5424	-0,7193	-1,0741	-0,3455

APPENDIX-3 AAR Table of Industrial Sector (Ten days before the start of the holiday [-10, 0]; ten days after the end of the holiday [0, 10])

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
<b>-10</b>	0,4615	-0,2162	-0,0513	<b>2</b>	1,5094	0,2462	0,4324	0,3571	-0,9538	-0,25	-0,9206
<b>-9</b>	0,8974	-0,1351	0,1795	-1,7255	0,9811	-0,7385	-1,0676	-0,4429	<b>-1,9692</b>	0,125	-0,381
<b>-8</b>	0,5641	-0,5676	1	0,0588	0,1132	0,0615	-0,0676	-0,4143	-0,5692	0,0156	0,5714
<b>-7</b>	1,3846	0,2703	0,359	1,7647	0,9811	1,0462	-0,527	-0,2	-0,2308	-0,2344	1,9524
<b>-6</b>	-0,4872	0,2973	0,4359	0,1765	-1,5283	1,3846	-0,5811	0,1571	-0,8923	1,0156	0,3651
<b>-5</b>	-0,5641	-0,7568	-0,3846	0,8235	0,8491	<b>4,1077</b>	-0,6757	-0,5714	<b>-2,1231</b>	-1,2656	-0,0794
<b>-4</b>	0,2564	-1,1892	-1,2308	0,2941	-1,6038	-0,2462	-1,0541	0,1429	0,6462	-0,1406	-0,746
<b>-3</b>	-0,1795	0,4324	-0,4872	-0,9804	0,8679	-0,2154	-0,027	0,1429	-0,4	-0,125	1,1429
<b>-2</b>	-0,1282	0,6486	-0,359	0,9412	0,0189	<b>-2,5385</b>	<b>-2,0135</b>	0,1714	-0,7692	-1,2969	-0,1429
<b>-1</b>	-0,1026	0,6216	0,3846	1,1569	-0,8491	1,4615	0,1622	0,5143	<b>1,9692</b>	0,4688	-0,5556
<b>0</b>	-0,4359	-0,7027	0,2564	0,0392	0,717	-1	<b>-2,3108</b>	-0,4857	0,3846	-0,1406	0,3492
<b>0</b>	1,4359	<b>2,5135</b>	1,5641	0,0385	0,9434	1,0154	-0,2838	-1,1857	0,7692	-0,9687	-0,4127
<b>1</b>	-0,359	0,1622	<b>2,359</b>	-1,2308	0,3019	0,5231	<b>2,4595</b>	0,9429	0,1231	-0,4062	1
<b>2</b>	-0,7179	1,3784	1,7949	0,5962	-1,3396	-0,2769	<b>-2,2838</b>	0,5143	0,2154	0,5312	-0,0159
<b>3</b>	0,3333	-0,2162	0,9744	-1,0769	-0,3774	0,9846	1,0541	-0,1429	1,3846	1,9062	-0,0476
<b>4</b>	-0,2308	-0,5676	-0,8205	-0,75	0,1509	0,9846	0,1622	-0,1571	-0,1385	0,3281	0,0007
<b>5</b>	0,0513	0,4324	-0,6923	1,4615	0,6038	-0,7846	-0,7703	-0,5714	-0,3846	-0,1094	0,4921
<b>6</b>	-0,4872	-1,1081	-1,1795	0,1346	-0,1698	0,3385	-0,5	-0,4714	0,7692	-0,7344	0,6508
<b>7</b>	-1,8974	-0,7297	0,3077	<b>-2,6923</b>	<b>-3,4151</b>	0,4	-1,7973	0,0571	0,5692	1,0938	-0,1587
<b>8</b>	0,8462	1,2432	0,6154	<b>-2,0962</b>	-0,3208	-1,2769	-0,7568	-0,7571	-0,2923	-0,1719	0,254
<b>9</b>	1,5641	-0,2162	-1,359	-0,4615	0,566	-0,4308	-1,1216	-0,2857	0,0769	-0,5625	-0,0635
<b>10</b>	0,1538	-0,2703	-1,3333	-1,2692	-0,4528	0,2769	0	-0,4	0	0,3438	0,6032

APPENDIX-4 AAR Table of Technology Sector (Ten days before the start of the holiday [-10, 0]; ten days after the end of the holiday [0, 10])

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
-10	1,1043	0,5847	-1,1416	-0,0271	1,7323	-0,815	0,9785	<b>-3,3285</b>	-0,7857	1,6029	<b>2,1329</b>
-9	0,4957	-0,0085	-0,6018	-0,7104	0,8976	-0,4104	0,8656	0,6715	0,3714	<b>2,6691</b>	0,2168
-8	0,3478	0,322	-0,2124	-0,1041	-0,0079	-0,3699	-0,9086	<b>-2,1314</b>	0,0143	-0,4485	0,9301
-7	<b>-2,0609</b>	-0,4237	-0,6549	-0,2127	0,7323	0,3757	-0,9731	-0,2847	-0,7357	-0,3676	0,965
-6	0,0609	-0,3475	-0,8407	-0,2805	0,8898	0,3295	0,8333	0,4015	-0,5429	<b>2,0662</b>	1,4056
-5	-1,1217	-0,5932	0,7522	0,2217	<b>-5,5354</b>	-1,6879	-0,5215	0,1168	-0,6786	-0,1838	-1,1608
-4	-0,4174	-0,7373	-0,3628	0,3575	0,9213	<b>3,2139</b>	-0,7688	0,2993	0,2929	-0,0735	-0,993
-3	0,9913	-0,6441	-0,7611	-0,2896	0,378	-1,1561	0,0806	-0,0146	-1,1214	-0,7426	0,6084
-2	1,8609	0,678	-0,646	-0,0452	-0,0866	1,4971	-0,7903	-0,1241	-0,95	<b>-2,3235</b>	1,6294
-1	0,2	-0,2373	0,4513	-0,181	0,2992	<b>-2,4624</b>	0,3871	0,781	0,4071	-1,5074	-0,6713
0	<b>-2,1478</b>	-0,2203	0,3628	0,267	<b>-2,5433</b>	-0,6301	-0,0323	-0,146	-0,4643	-0,3015	0,7832
0	-1,2155	-0,5294	-0,4298	-0,2624	<b>-2,1094</b>	0,1747	0,5668	-0,5874	0,6643	<b>2,2426</b>	0,6621
1	0,3103	-0,4286	-0,2807	0,0181	1,625	1,2048	0,3904	1,1818	<b>2,0357</b>	0,2279	-0,5172
2	0,069	-0,5042	-0,4649	-0,3529	1,5703	-0,8855	0,5455	-0,6014	-0,1857	0,9779	0,8138
3	-0,2672	-0,7059	-0,0175	1,8643	1,1406	0,2048	0,8824	0,8042	-0,1571	1,0147	-0,1862
4	0,2759	-0,7647	0,3509	-0,6516	-0,8594	1,0482	-0,5615	-0,5315	0,2857	1,4779	1,2483
5	-0,6121	-0,8655	-0,2105	-0,5385	<b>1,9922</b>	-0,3976	-0,1123	-0,951	-0,0714	-1,2132	-0,4828
6		-0,2437	1,0965	0,3394	<b>2,4141</b>	0,1807	0,6845	0,4965	-0,1	-1,0368	1,3586
7	<b>2,181</b>	-0,1765	-0,6579	-0,3032	0,9453	0,1145	0,4439	-0,1608	0,25	0,6397	0,4138
8	-0,0776	-0,2269	0,0263	0,276	1,1328	-0,3133	0,5882	-1,1189	1,6071	1,7132	-1,0621
9	-1,0086	-0,3277	-1,4561	-1,4027	1,125	0,3795	0,0535	0,6224	<b>2,6214</b>	-0,7059	0,0828
10	-0,319	-0,7647	-1,1491	-0,1674	1,6641	0,0964	-0,4118	0,2517	-0,4857	0,8309	0,6966

**KELKİT YÖRESİNDE KULLANILAN ATASÖZLERİNDEN ON SEKİZİ ÜZERİNE  
BİR İNCELEME****Doç. Dr. Ali ÇİÇEK\*****ÖZET**

Bu makalede, önce atasözü kavramı ve atasözü değerindeki özlü sözlerle ilgili çalışmalardan bazıları üzerinde kısaca durulacak ve ardından Gümüşhane'nin Kelkit ilçesine bağlı Öğütlü köyü ve çevresindeki köylerde devam eden ağız taramalarından ve uzun zamandan beri yürütülen atasözü derlemelerinin sonunda elde edilmiş olan dil malzemesinden seçili mahallî 18 atasözünün açıklamaları ele alınacaktır.

Bu çalışma, doküman incelemesi bakımından kısmen nitel; temel veriler açısından da, anılan yörede uzun zamandan beri yapılan ve hâlen sürdürülmekte olan ağız taramalarına dayalı bir derleme çalışması mahiyetindedir. Seçilen bu 18 atasözünün her biri için eldeki atasözü sözlükleri ve bilgisayar taramaları yapılmaya çalışılmış ve tekrarlarından kaçınılmıştır. Şayet seçilen bu sözler, diğer atasözleriyle anlam ve şekil farklılıkları taşıyorsa, bu çalışmaya dâhil edilmiştir. Bu mahallî atasözlerinin anlamları öncelikle bilgilerine müracaat edilen kaynak kişilerin yorumlarına göre verilmiş, bu açıklamaların yeterli olmadığı durumlarda genel sözlüklerden, konuyla ilgili diğer verilerden de yararlanılmıştır.

Bu çalışmanın ana konusunu ağız taramalarından seçilen ve yazının akışı içinde ele alınan mahallî 18 atasözü teşkil etmektedir. Atasözü veya atasözü değerindeki özlü sözlerin ağız çalışmaları yöntemiyle tespit edilmesinde zaman unsuru çok önemlidir. Çünkü uzun bir zaman ve tecrübe ile süzülüp gelen bu özlü sözleri, ağız çalışmalarındaki belli konuşma metinlerinin kapsam ve kayıtlarında olduğu gibi bulmak çok zordur. Bu sözler; daha çok karşılaşılan bir olay, bir durum, sosyal bir davranış sonucunda ifade edilirler.

Atasözleri, deyimler ve özlü sözler toplumların kültürel yapılarını, maddi ve manevi değerlerini veciz bir şekilde açıklarlar. Türkçeye ait söz varlığının bu unsurları, birtakım sırları bugün de bilinmeyen dil denen olağan üstü unsura büyük bir özellik ve güzellik katarlar. Atasözleri veya bu değerdeki sözler, bazen sayfalar dolusu yazılarla anlatılamayan bir durumu, bir düşüncüyü birkaç kelime dâhilinde kısa ve kalıplaşmış ifadelerle en çarpıcı bir biçimde açıklarlar.

**Anahtar kelimeler:** Atasözü, özlü söz, derleme, Türkçe, sözlük.

**A STUDY ON EIGHTEEN PROVERBS USED IN KELKIT REGION****ABSTRACT**

In this article; First of all, some of the works related to the concept of proverbs and proverbial words will be briefly emphasized and later the explanations of 18 local proverbs selected from the dialectical materials I have been conducting in the village of Öğütlü and its surrounding villages in the district of Kelkit in Gümüşhane and the language material obtained from the proverb collection for a long time will be discussed.

This study is qualitative in terms of partial document review; in terms of basic data, it is a compilation study based on dialects that have been carried out for a long time and are still ongoing in the mentioned region. Of these 18 proverbs chosen; some proverbs and idioms dictionaries were searched based on some other sources and their repetitions were avoided. If these selected words differ in meaning and form with other proverbs, they were included in this study. The meanings of these local proverbs were given

\* Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Orcid: 0000-0003-3487-7794, [acicek@erzincan.edu.tr](mailto:acicek@erzincan.edu.tr)

Derleme Makale.

Sayfa Sayısı: 506-514

Makale Geliş Tarihi: 30.01.2021

Makale Kabul Tarihi: 13.03.2021

Makale Yayın Tarihi: 05.05.2021

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

according to the comments of the source people whose information was consulted. If these explanations were not sufficient, general dictionaries and other relevant data were also used.

The main subject of this study consists of 18 local proverbs selected from dialects and discussed in the course of the article. The element of time is very important in determining the quotations in proverbs or proverbs by dialect studies. Because it is very difficult to find these succinct words that have come through over a long period of time and experience, as in the scope and records of certain speech texts in dialect studies. These words; They are mostly expressed in situations such as an event, a situation, or a social behavior act.

Proverbs, idioms and quotations succinctly explain the cultural structures, material and spiritual values of societies. These elements of Turkish vocabulary add a great feature and beauty to the extraordinary element called language, some of whose secrets are still unknown today. Proverbs, or words at this value, explain in the most striking way a situation, a thought that cannot be explained in pages of articles, with short and stereotyped expressions within a few words.

**Keywords:** Proverb, quotations, compilation, Turkish, dictionary.

## 1. GİRİŞ

Atasözleri; uzun tecrübeler sonunda şekillenen ve çok çeşitli konularda insanlara rehberlik etme özelliğine sahip olan kısa ve ders verici mahiyetteki söz varlıklarıdır. Bu kalıp sözlerle ilgili çok şeyler söylenmiş ve çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Bunların bir kısmı kitap, büyük çoğunluğu; makale, derleme ve bildiri konusu olarak ele alınmıştır. Ayrıca atasözlerini bir araya toplayan birçok atasözü sözlükleri de hazırlanmıştır. Mesela; Sâmîha AYVERDİ'nin *Türkçenin Nakışları*, Ömer Asım AKSOY'un *Atasözleri Sözlüğü*, Ali Püsküllüoğlu'nun *Türk Atasözleri Sözlüğü* vb. sözlük çalışmaları bunlardan birkaçıdır. Kültürel unsurlarımızın nesilden nesile aktarılmasında çok önemli görevler üstlenen bu kalıplaşmış sözler Türkçenin cazibeli ve renkli söz varlıklarını teşkil etmektedirler. Çoğunda mecazî bir anlatım bulunan bu sözlerle ilgili tanımlardan birkaçı aşağıda verilmiştir.

Türkçe Sözlük'te atasözü için, "Uzun deneme ve gözlemlere dayanılarak söylenmiş ve halka mal olmuş, öğüt verici nitelikte söz, deme, sav, darbimesel." karşılığı bulunmaktadır. Bordas isimli sözlükte, "Bir tecrübe kapsamında meydana gelmiş öğüt veya gerçeği açıklayan veciz bir düşünce takdimi, veciz söz, deme, büyük söz, slogan, özdeyiş." açıklaması mevcuttur. Kamûs-ı Türkî'de ise atasözüne, " Darb-ı mesel, mebnî ale'l-hikâye olup misâl gibi irâd olunan meşhûr söz, atalar sözü, durûb-ı emsâl." karşılıkları verilmiştir.

Ayrıca, atasözlerin tanım ve kısa açıklamalarıyla ilgili olarak atasözü sözlüklerinin birkaçında da şu ifadeler mevcuttur: "Atasözleri kalıplaşmış (klişe durumuna gelmiş) sözlerdir." (Aksoy, 2019: 15). Dilimizde sav, meşhur söz, özlü söz, darb-ı mesel olarak isimlendirilen ve ilk örneklerini Orhun Abideleri, Divanü Lügati't-Türk ve Dede Korkut Kitab'ında (Yıldırım, 2019: önsöz) gördüğümüz atasözleri toplumun yaşantısını, değer yargılarını vb. hususları veciz bir



... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

biçimde ifade etmektedirler. Bu kalıp ifadeler bir milletin ortak ürünleri olup sade, kısa ve insanları etkileyici özelliklere sahiptirler. Ayrıca atasözleri ve deyimler; bir milletin kültür seviyesini, uzun bir süreç içinde kazandığı hayat tecrübesini, olaylara ve dünyaya (Ayverdi, 1993: XI) bakışını göstermektedir.

Yukarıda genel sözlüklerden ve atasözü sözlüklerinden bir kaçının atasözleriyle ilgili tanım ve kısa açıklamaları verildi. Bunların dışında, atasözlerini değişik konu başlıkları dâhilinde ele alan birçok bilimsel inceleme yapılmıştır. Mesela, Türk atasözlerinin tarihi yönüne temas eden birçok çalışma mevcuttur: Atalar sözünün ilk kaynağını, 20 kadar atasözünü barındıran Orhun Abidelerinin (Sarıkaya, 2019:745) teşkil ettiği, Tonyukuk ve Taryat/Terhin anıtlarında da kağan seçimini anlatan iki atasözünün (Sertkaya, 1999:235) bulunduğu tespit edilmiştir. Ayrıca Divânü Lügâti't-Türk ve Kutadgu Bilik gibi eserlerde de birçok atasözünün mevcut olduğu (Tıraş, 2016: 136) bilinmektedir.

Gümüşhane'nin Kelkit ilçesine bağlı Öğütlü, Yeniköy, Çimenli ve Balıklı köylerindeki meskûn mahallerde ve tarımsal alanlarda bulunan semt isimlerinin tespitini ve yöre insanın sosyokültürel sözvarlığını ele alan bir ağız derlemesi yürütmekteyiz. Bu çalışma sırasında ve bu çalışmanın öncesinde, tespit edilen kelimeler ve özellikle kalıplaşmış unsurlar olarak da tanımlanan atasözleri, deyimler (Aksan, 2011.79-81), atasözü değerindeki özlü sözler, bilmece, mâniler elden geldiği kadar yazılı metin hâline dönüştürüldü. Bilindiği üzere atasözleri, atasözü değerindeki özlü sözler ve deyimler istenildiği vakit kayıt altına alınabilecek diğer söz varlıkları gibi değildir. Ayrıca bunlar, bir ağız çalışması süresi içinde de kaydedilemeyecek kadar uzun zaman gerektiren unsurlardır. Çünkü bu sözler olaylara, hatıralara, sohbetlere, düşün merasimlerine, tarla tump çalışmalarına, yöredeki kış hazırlıklarına, küskünlüklere, barışmalara, kırsal alanda yaşanan çeşitli olaylara, ekme biçme faaliyetleri başta olmak üzere bazı meteorolojik tecrübeler ve işaretlemelere; ay, güneş ve gözle görülebilen gök cisimlerinin hareketleriyle ilgili birçok fiile dayalı olarak ortaya çıkan durumlar sonucunda elde edilmiş veya olayların akışına ve vaziyetine göre çoğunlukla ilk kullanıcı bilinmeyen kişilerce ihdas edilmiş sözlerdir. Mesela; bazı seneler henüz kışın soğuk ve karlı havasını üzerinden atamamış mart ayı, “*Eski huylarımı elime almayalı, olur olmazlar toklu sahibi oldu.*” dermiş. Hayvancılık alanındaki birtakım zorlukları anlatan bu özlü söz; tedbir almaları noktasında çiftçilere önemli mesajlar verirken, bazı mecaz kullanımları da insanların istifadesine sunmuştur. Bundan dolayıdır ki atasözü, deyim, mâni, bilmece ve özlü sözler vb. dilin söz varlığına önemli katkılar sunan bu unsurların tespiti uzun bir zamanı kapsamaktadır.

Ayrıca çoğunluğu, hayatını köyde geçirmiş yaşlı kesim tarafından kullanılan bu mahallî atasözleri, maalesef aynı yörede yaşayan gençlerin önemli bir kesimi tarafından bilinmemektedir. Bu da, söz konusu çevrede *yeni yetme* (toy, acemi, tecrübesiz kişi ) diye tabir edilen gençlerin medya kültürüne olan meyilleri ve çeşitli vesilelerle yöreden uzak kalmaları, mahallî kültüre hak

ettiği önemi verememeleri, köy hayatını gerektiği kadar tanımamaları veya sevmemeleri gibi birtakım gerekçelerden doğmaktadır.

Ele alınan bu özlü sözlerin orijinallik durumu; elimizde bulunan 10'dan fazla atasözü sözlüğü, konu ilgili çeşitli kaynaklar ve bilgisayar taramalarıyla gözden geçirilmiştir. Ortaya çıkan sonuçlara göre bunların önemli bir kısmı, metin ve anlam yönünden az karşılaşılan yapıda olup, büyük çoğunlukla çalışma yapılan yörede kullanılmaktadırlar. Burada tespit edilen atasözü değerindeki özlü söz, deyim, mâni, bilmece ve kelimelerin dışında, daha ne kadar dil malzemesi olduğunu ortaya çıkarmak için çok geniş çaplı derlemeler yapmak gerekir.

Atasözleri, deyimler ve dilin söz varlığını oluşturan diğer öğeler yaşanan coğrafyanın çeşitli özelliklerine ve hayat şartlarına göre bölgeden bölgeye, yöreden yöreye, bazen köyden köye değişiklikler gösterebilmektedirler. Mesela; yöremizde birbirine 4-5 km. uzaklıktaki köyler arasında bazı kelimelerin farklı telaffuz edildiğini gözlemlenmiştir: *Halit* ismi için bir köyde *Helit*, diğerinde *Halit* bir başka köyde nadiren de olsa *Helidik* şeklinde telaffuz edilmektedir. Hatta aynı köyde bile, bazı arazi ve yer isimlerinin kullanımında az da olsa kimi farklılıkların bulunduğu görülmektedir. Bu ve benzeri telaffuzlar çoğunlukla yaşlılar tarafından dile getirilirken, köylerde yaşayan gençlerin çoğu bu tür sözlü kullanımları bilmemektedirler.

Atasözleri, deyimler ve diğer kalıp ifadeler söz varlığının artırılması ve geliştirilmesi bakımından dilin yan kolları olmalarının yanında, Türk kültürünün nesilden nesile aktarılmasında da çok önemli görevler üstlenmektedirler. Ancak, kültürel hayatının önemli unsurlarından olan örf ve âdetlerden çoğu fırtınaya tutulmuş kuru yapraklar gibi hızla savrulmakta, verimsizleşmekte ve zamanla unutulmaktadır. Kültürel değerlerin bu denli bir erozyona uğramasında birçok etken bulunmaktadır. Mesela; geleneklere yeteri kadar değer verilmemesi, bazen bunların icaplarının yerine getirilmesinin zor olduğu anlayışı, modernizm dayatmaları gibi hususlar sayılabilir.

Terk edilen veya unutilan her gelenek, her atasözü ve özlü sözlerle birlikte kaybolan bir sürü kelime vardır. Bu hususa örnek teşkil eden birçok kelime kayıt altına alındı. Ancak dildeki aktif kullanımlarını kaybeden bu kelimeleri tespit etmek bir hayli zor olduğu için miktarları hakkında kesin bir rakam vermek mümkün değildir. Bunun için uzun bir süre yörede yaşayan halkın arasında bulunmak, kültürel yapılarını tanımak, geleneklerini bilmek, onlarla iyi bir diyalog içinde bulunmak gerekir ki daha verimli ve sağlıklı bir tarama çalışması yapılabilsin ve nisyana terk edilen bu söz varlıklarının tespiti tam olarak yapılabilsin.

Atasözleri; toplumbilim, ruhbilim, eğitimbilim, ekonomi, felsefe, tarih, ahlak, folklor gibi toplumsal dinamikleri ilgilendiren birçok konuda söyleyiş güzelliği sunan kalıplaşmış sözlerdir. Atasözlerinin kelimeleri belli bir kalıp içinde sıralanmış ve sağlam cümleler halinde ifade edilmişlerdir. Bu yerleşik yapıların devam etmesi için bunların sözdizimlerinin bozulmaması

gerekir. Atasözlerinin büyük çoğunluğu bir, az bir kısmı da iki cümleden meydana gelir. Atasözleri hayatımızın hemen her alanıyla ilgili olarak söylenmiş öğütleri ve kuralları ihtiva eden ölçülü sözlerdir. Ayrıca atasözlerinde mecaz başta olmak üzere, çeşitli edebî sanatlar da bulunmaktadır.

## 2. Araştırma Yöntemi

Bu çalışmada, öncelikle atasözü kavramı ve muhtevası üzerinde durulmuş, ardından Gümüşhane'nin Kelkit ilçesine bağlı Öğütlü köyü ve çevresindeki köylerde yapılmakta olan ağız derlemesi malzemesinden alınma mahallî 18 atasözünün kısa bir incelemesi yapılmıştır.

## 3. Konunun İncelenme Durumu

Başta dinî unsurları (Alkayış, 2009:287) ve diğer kültürel değerleri kendine temel kaynak kabul eden atasözleri; ilk söyleyeni bilinmediğinden, toplumun ortak dil değerlerinden biri olma konumunu kazanmış olup temelde bir kutsal ifadeye, bir özlü söze, bir özdeyişe dayanır. Aşağıda verilen atasözü değerindeki mahallî sözlerin her biri, konuyla ilgili veriler dâhilinde araştırılmış, benzerleri ve farklı kullanımları göz önünde bulundurularak ele alınmıştır.

Derleme çalışmaları kapsamında, yöremizde sıkça geçen ve büyük çoğunluğu yalnızca yaşlı kesim tarafından kullanılan bu mahallî atasözleri, deyimler, kelimeler, kelime grupları semt ve arazi isimleri hakkında yapılan tespitlerden seçilen mahallî atasözleri üzerinde özellikle durulmuştur. Belirlenen bu sözlerin açıklamaları yapılırken, karşılıkları mevcut literatürde bulunamayan kelimelerin anlamları, canlı kaynaklara müracaat edilmek suretiyle verilmeye çalışılmıştır. Ayrıca bu çalışmalar yapılırken yöremize coğrafi ve kültürel yakınlığı sebebiyle Erzincan'da kullanılan atasözleri ve deyimler de göz önünde bulundurulmuştur. Kelkit ilçesi Öğütlü köyü ve civar köylerde geçen yerel atasözlerinden 18'inin açıklamaları aşağıda belli bir sıraya göre verilmiştir. Açıklamalarda geçen *söz* ve *atasözü* kelimeleri yaklaşık aynı anlama gelecek şekilde birbirinin yerine kullanılmıştır. Ele alınan 18 atasözünün her biri için; mevcut atasözü sözlükleri ve bilgisayar taramaları elden geldiğince yapılmaya çalışılmış, tekrarlardan kaçınılmış ve aynı olanlar aşağıdaki listeye dâhil edilmemiştir.

## 4. Mahallî Atasözleri

**1. Acemi tosun gem kırar.** Türkçe Sözlük'te, "Atı yönlendirmek için ağzına takılan demir araç." şeklinde tanımlanan *gem* kelimesi, yöremizde *düven* karşılığı olarak kullanılmaktadır. Henüz koşuma alıştırmamış ve hamı çıkarılmamış (kış uyuşukluğunu üzerinden atamamış) *tosun* gеме koşulursa, onu harmanın dışına taşıyarak kırabilir, söze verilen temel karşılık budur. Bu söz, mecazî olarak da; 'bir işin, bir görevin veya bir makamın beceriksiz ve ehliyetsiz kişilere verilmesi sonucu doğabilecek olumsuzlukları ve muhtemel kayıpları' ifade etmektedir.

**2. Acıkırım diye helaya gitmez.** Bu atasözü, daha çok eli cebine gitmeyen cimri kişiler için kullanılır. Ayrıca bu atasözü; her şeyi inceden inceye hesaplayarak hareket eden tedbirli

insanların durumu anlatmak için de kullanılmaktadır. Bu sözü açıklayan diğer bir özlü söz de derleme sahasında sıkça geçen, “*Annesi cebini sırtına dikmiş, eli kavuşmuyor.*” kalıp ifadesi olabilir.

- 3. Beyim bana bir çorba göndermiş boz ayran ondan iyi, ben de ona bir tarla sürdüm hozan ondan iyi.** İnsan, genellikle yaptığının karşılığını görür; yani bir işten, bir yatırımdan alacağı sonuç, o işe verdiği değerle doğru orantılıdır. Bu sözün anlamdaşları olarak; ‘*ne ekersen onu biçersin, başkalarına nasıl davranırsan öyle karşılık görürsün*’ ifadeleri ele alınabilir.
- 4. Aklı olmayanın sefası boldur.** Bu sözde bir aşağılama, beğenmeme ve suçlama vardır. Ayrıca bu söz, yaptıkları işlerde akıllarını kullanmayıp daha çok hisleriyle hareket etmeleri sonucu sürekli problem üretenler ve bundan pişmanlık duymayanlar için de kullanılmaktadır. “*Akıllı olup âlemin kahrını çekme, deli ol âlem senin kahrını çeksin.*” kalıp ifadesi de bu sözün anlamını desteklemektedir.
- 5. Akşam yediğin yiter, sabah yediğin biter.** Bu söz; akşam yemeğinin pek de faydalı olmadığını veya bir bakıma kayıp olduğunu, sabah yenen yemeğin ise çok daha faydalı olduğunu, insanı sağlıklı kıldığını belirterek ölçülü beslenmeyi tavsiye etmektedir.
- 6. Anahılar atlanır, anasızlar her çileye katlanır.** Bu sözde; annesi sağ olan ve onun çok güçlü annelik duygusunu ve desteğini üzerinde hisseden çocuk, kendini huzurlu ve mesut olarak görür. Ancak annesini kaybetmiş olan çocuk, birtakım maddi imkânlarla sahip olsa da genelde kendini mutsuz hisseder. Şekil yönünden mevcut söze benzemese de, anlam bakımından yakın benzerlik gösteren, “*Analı kuzu, kınalı kuzu.*” atasözünü açıklayıcı bir örnek olarak alabiliriz. Ancak bu atasözü bazı kaynaklarda, “Annesi sağ olan çocuk bakımlı, giyimli, temiz, süslüdür. Annesi ölmüş olan çocukta bakım, giyim, temizlik, süs bulunmaz” (Aksoy, 2019:146) şeklinde anlamlandırılırken diğer bir kaynakta ise, “Anası sağ olan çocuk bakımlı; giyimi, kuşamı yerinde ve süslüdür” (Ayverdi, 1993:215 ) karşılığı verilmiştir.
- 7. Arkıtan yukarıda tarlası var.** Temel anlam olarak; sulama arkının yukarısında bulunan, susuz ve verimsiz tarladan bahsedilmektedir. Bu söz; işlerini, belli bir akıl ve düşünce süzgecinden geçirmeden, ehil kişilerle istişare etmeden, doğabilecek zararları hesaplamadan rastgele ve mantık dışı hareket edenler için kullanılmaktadır.
- 8. Aşı taşana gülme, belki kepçesi yok savura.** Bu söz, insanları küçük görmenin veya onların maddi ve manevi durumlarını tanımadan haklarında karar vermenin doğru olmadığını bildirmektedir. Ayrıca, burada yokluktan ve imkânsızlıktan ötürü sıkıntı çekenlere karşı da olumlu davranmak gerektiği düşüncesi de dile getirilmiştir.
- 9. Bu sırım nereden, şu yatan gönenden.** Bu atasözünde geçen sırım kelimesi; özellikle daha sağlam olmasından ötürü manda gönünden yapılarak sicim gibi kullanılan deri parçası anlamındadır. Bu

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

sözde; birtakım davranışları sebebiyle birilerini beğenmeme, kabullenmeme, küçük görme gibi bir anlayış vardır. Ayrıca bu atasözü, evlenme aşamasında olan gençlerin birbirlerini beğenmemeleri hâlinde, bunu karşı taraf için bir suçlama veya küçük görme aracı olarak kullandıklarını da ifade etmektedir.

**10. Bu yaştan sonra gelen oğlan, fırın kapısı bekler.** Bu atasözünde ileri yaşlarda çocuk sahibi olanın, yaşlılığından veya maddi imkânsızlığından ötürü çocuğuna karşı olan sorumluluklarını yerine getiremeyeceği anlayışı bulunmaktadır. Bundan dolayı onun ileride yaşaması muhtemel zorlukları ifade etmek için kullanılmaktadır. Ayrıca bu söz, işleri ertelemeyen zamanında yapmak gerektiğini de anlatmaktadır.

**11. Çarığı çamur olmayanın teknesi dolmaz.** Bu atasözünde; çalışmanın önemi üzerinde durularak bir sebebe bağlı olmadan hiçbir şeyin kendiliğinden kazanılamayacağı anlatılmaktadır. Çünkü her şey, ancak belli bir emek ve mesai karşılığı elde edilebilir.

**12. Çınarım çınarım, seni beşik dibinde sınarım.** Bu atasözü temel anlam olarak; gelinin kendini ispatlaması ve becerilerini ortaya koyabilmesinin öncelikle doğuracağı çocuğa nasıl annelik yapacağına bağlı olduğunu ifade eder. “Kızı kızken görme, gelinken gör; gelinken görme beşik ardında gör.” atasözü de anlam bakımından bu sözü desteklemektedir.

**13. Değirmenin boğazına parça atsan, bütün çıkar.** Bu söz, insanın genelde mücadeleci bir yapıya sahip olduğunu; bazılarının karşılaştıkları zorluklar ve sıkıntılar karşısında hiçbir yılgınlık göstermeden büyük bir azimle yol almaya çalıştıklarını, hatta bütün olumsuz şartlara rağmen işlerini eksiksiz yapma kararlılığı içinde olduklarını ifade etmektedir.

**14. El insanın ağzından sözünü alır, karnından közünü almaz.** Burada sır saklamanın öneminden bahsedilmektedir. Sır saklamak insan aklının ve iradesinin tecrübe edilmesidir. Sır başkasına söylenirse hem ifşa edilen sırrın, hem de kendisine söylenen kişinin esiri olunur. Başkaları, çoğunlukla dertlerimizi paylaşmaya değil, sırrımızı öğrenerek bizi etkileri altına almaya gayret ederler. Ayrıca kişi kendi sırrını saklamasını beceremezse, başkaları hem onun sırrını ifşa eder, hem de derdiyle dertlenmez.

**15. İki karga bir kurut için dövüşüyor, kurut da elin.** Cümlede geçen *kurut* kelimesi; çökelek, yoğurt, kaymak gibi süt ürünlerinden, çeşitli geometrik şekillerde yapılarak güneşte kurutulan geleneksel bir besin maddesinin ismidir. Bu atasözü hakları olmadığı hâlde, bazı insanların kendilerine ait olmayan bir malı veya bir meblağı elde etmek için aralarında kıyasıya mücadele ettiklerini anlatmaktadır.

**16. Kime verdimse aş, ondan yedim taş.** Bu sözde yapılan iyiliklere, çoğunlukla kötülükle karşılık verildiği tezini ele alınmıştır. Ayrıca bu atasözünde, insanlara karşı bir güvensizlik ve bedbinlik hissi de bulunmaktadır, Bu atasözünün anlamını desteklemek için, “İnsanoğlu hilebazdır; kimse

*bilmez fendini, her kime iyilik edersen, sakla ondan kendini.*" şeklinde ifade edilen bu özlü sözden de yararlanılabilir.

**17. Sarı inek dağdan gelene dek, kara tavuk misafiri ağırlar.** Bu söz, bir an önce menziline ulaşmak için gitmek zorunda bulunan misafire ikram için; ele edilmesi zaman alacak tedariklere göre değil, evde hazır bulunan yiyeceklere göre hareket etmek gerektiğini açıklamaktadır. Çünkü bazı işler tehir edilmeye gelmezler, bunların icaplarını vakit kaybetmeden mevcut imkânlar dâhilinde yerine getirmek gerekir.

**18. Yazın yayla yaylayanın kışın mızık dar olur.** Cümlede geçen *mızık* kelimesi can, gönül karşılığı olarak kullanılmaktadır. Bu atasözünde; yaz aylarını hiç çalışmadan ve gelecek tedariki yapmadan yan gelip yatarak geçiren kişinin, hazır bir meblağı da yoksa kışın sıkıntı çekmesinin kaçınılmaz olacağı ifade edilmiştir. Ayrıca yapılması gerekenleri zamanında yerine getirmeyenin birtakım yaşaması da kaçınılmazdır.

### SONUÇ

Bu çalışmada, atasözleriyle ilgili tanım ve açıklamalar verildikten sonra Gümüşhane'nin Kelkit ilçesine bağlı Öğütlü köyü ve çevresindeki köylerde kullanılmakta olan atasözü değerindeki özlü sözlerden 18'i ele alındı ve kısaca açıklamaları yapıldı. Bu sözlerde geçen kelimelerin kökenlerine bakıldığında, atasözlerimizin genelinde olduğu gibi, bunların da tamamına yakınının; dilin söz varlığının önemli bir bölümünü teşkil eden fiil kök ve gövdeleri, zamirler ve sayılar gibi Türkçe asıllı olduklarını, milli ve orijinal karakterlerini korudukları anlaşılmaktadır.

Yukarıda açıklamaları verilen 18 özlü sözde bir işin ehline verilmesinin önemi, cimrilik, bir tarlaya veya bir işe yapılan yatırımın karşılığını alma, aklını kullanıp kullanamama, işlerin zamanında yapılmasının faydaları, bir şeyi veya kimseyi özüne göre değerlendirme, yapılan iyiliğin çoğunlukla karşılıksız kalması, sağlıklı beslenme, çaresizliğin getirdiği sıkıntılar, çalışmanın önemi, sır saklama, eldeki imkânları yerli yerinde kullanma, cesaretli olma vb. konulara değinilmiştir. Bu değerlendirmeler; atasözlerinin, diğer özelliklerinin yanında birer hayat rehberi olduklarını da göstermektedir.

Yöremizde yapılan tespitlerde, atasözleri başta olmak üzere henüz kayıt altına alınmamış bir hayli dil malzemesinin bulunduğu görülmüştür. Özellikle ileri yaştakiler tarafından bilinen ve kullanım sıklığı çok düşük olan bu dil unsurlarının genel dile aktarılması önem arz etmektedir. Çünkü yazılı kayıtlar oluşturulamazsa, bir zaman sonra bunları nakledecek canlı kaynak kalmayacağından, millî kültürün özünde yer alan bu güzelim söz varlıkları unutulmaya mahkûm olacaklardır.

Yapılan tespitlerde yaşlıların dışındaki yöre halkının, özellikle gençlerin büyük kısmının, nesiller arası kültür aktarımının önemli vasıtalarından biri olan mahallî atasözlerinin çoğunu

bilmedikleri görülmüştür. Kültürel devamlılığın sağlanması hususunda önemli katkılar sağlayabilen bu kalıp ifadelerin ve diğer söz varlığı unsurlarının genç nesillere kavratılması önem arz etmektedir.

### **KAYNAKÇA**

- Aksan, D. (2011). *Dil, Şu Büyüklü Düzen*. Ankara: Bilgi Yay.
- Aksoy, Ö. A. (2019). *Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü 1 Atasözleri Sözlüğü*. İstanbul: İnkılâp Kitabevi Yay.
- Alkayış, M. F. (2009). Dini İçerikli Atasözleri Üzerine. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 8, Sy. 287-292.
- Aydoğan, R. (2019). *Deyimler ve Atasözleri Sözlüğü*. Ankara: Evrensel İletişim Yay.
- Ayverdi, S. (1993). *Türkçenin Nakışlar Atasözleri-Deyimler Tekerlemeler-Bilmeceler*, (Yetiş K. haz.). İstanbul: Kubbealtı Neşr.
- <https://forum.donanimhaber.com/gumushane-kelkit-yoresel-sozcukleri-ilgi-cekici--33378890>.
- Maurice D.-Marcel C.-Maurice L. (1972). *Dictionnaire du Français Vivant Bordas*, Paris: Bordas.
- Sarıkaya, M. E. (2019). Türk Atasözlerindeki Sosyo-Dini Motifler; *Divanu Lügati't-Türk Örneği*, Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, C.19, Sy. 747-757.
- Sertkaya, O. F. (1999). Eski Türklerin Kağan seçimi Üzerine Göktürk Yazıtlarındaki İki Atasözü, *İlmi Araştırmalar*, 8. Sy.233-240.
- Şemseddin S. (1998). *Kamûs-ı Türkî*, İstanbul: Alfa Yay.
- TDK Türkçe Sözlük (2005). Ankara: TDK Yay.
- Tıraş, Y. C. - Ertürk, H. İ. (2016). Dede Korkut Kitabında Geçen Atasözlerinin Anlamsal İncelemesi ve Türkiye Türkçesindeki Eş Anlamlıları, *Journal of Turkish Language and Literature*, 2/4, Sy. 135-150.
- Tombul, M. (2014). *Erzincan Yöresi Atasözleri*, Erzincan: Erzincan Valiliği Kültür Yay.
- Yıldırım, A. (2019). *Yeni Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü- Açıklamalı Örnekler*, İstanbul: Çevik Matbaacılık.

**ETHICAL LEADERSHIP, SERVICE INNOVATION AND PSYCHOLOGICAL CAPITAL INTERACTION: A RESEARCH IN NEVŞEHİR HOTEL SECTOR****Asst. Prof. Dr. Ahmet Tuncay ERDEM\*****ABSTRACT**

This study's main purpose is to determine whether "psychological capital" functions as a mediator in the effect of ethical leadership, which is a positive leadership behavior, on service innovation behavior. In this context, the research tries to answer the question, "does psychological capital have an intermediary role in the effect of ethical leadership on service innovation." The research has been designed according to the quantitative research method. Research data were collected from hotel business employees in Nevşehir (n=170) using a simple random sampling technique. To test the research hypotheses, the data were analyzed with the SmartPLS program. According to the research data analysis findings, the positive effects of ethical leadership on service innovation and psychological capital were determined. Besides, it has been determined that psychological capital has a mediating effect on ethical leadership's effect on service innovation. Service innovation also increases in organizations with high ethical leadership, and service innovation strengthens psychological empowerment in this interaction. These results show that service innovation, psychological capital, and ethical leadership are positive situations that feed each other.

**Keywords:** Service innovation, Ethical leadership, Psychological capital.

**ETİK LİDERLİK, HİZMET İNOVASYONU VE PSİKOLOJİK SERMAYE ETKİLEŞİMİ:  
NEVŞEHİR OTELCİLİK SEKTÖRÜNDE BİR ARAŞTIRMA****ÖZET**

Bu çalışmanın temel amacı, olumlu liderlik davranışı olan etik liderliğin hizmet inovasyon davranışına etkisinde "psikolojik sermayenin" aracı bir işlev görüp görmediğini belirlemektir. Bu kapsamda araştırmada, "psikolojik sermayenin, etik liderliğin hizmet inovasyonu üzerindeki etkisinde aracı rolü var mıdır" sorusuna cevap aranmaktadır. Araştırma, nicel araştırma yöntemine göre tasarlanmıştır. Araştırma verileri Nevşehir'deki otel işletmesi çalışanlarından (n = 170) basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Araştırma hipotezlerini test etmek için veriler SmartPLS programı ile analiz edilmiştir. Araştırma analiz bulgularına göre, etik liderliğin hizmet inovasyon ve psikolojik sermaye üzerindeki olumlu etkileri belirlenmiştir. Ayrıca psikolojik sermayenin etik liderliğin hizmet inovasyonu üzerindeki etkisinde aracılık etkisi olduğu belirlenmiştir. Etik liderlik algısının yüksek olduğu örgütlerde hizmet inovasyonu da artmakta ve hizmet inovasyonu bu etkileşimde psikolojik sermayeyi güçlendirmektedir. Bu sonuçlara göre; etik liderlik, hizmet inovasyon ve psikolojik sermayenin birbirini besleyen olumlu durumlar olduğunu göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Hizmet inovasyonu, Etik liderlik, Psikolojik sermaye.

\* Bolu Abant İzzet Baysal University, Faculty of Communication, Orcid No: 0000-0003-4573-8415, [ahmeterdem@ibu.edu.tr](mailto:ahmeterdem@ibu.edu.tr) Araştırma Makalesi. Sayfa Sayısı: 515-532

Makale Geliş Tarihi: 15.02.2021

Makale Kabul Tarihi: 17.03.2021

Makale Yayın Tarihi: 05.05.2021



## 1. INTRODUCTION

Nowadays, it is seen that ethical rules are mentioned more frequently both in societies and among individuals. Why are ethical rules mentioned more than laws in today's societies where laws ensure social order? The answer to this question may be that the corruption seen in almost every field can not be prevented only by laws. This view causes more attention to ethical rules today. In this context, ethical concepts are inevitably mentioned more, especially in organizations. Especially within the scope of leadership in organizations, ethics have become regulated with employee-leader relations laws.

The concept of ethics in leadership, which is included in the literature as the concept of ethical leadership, appears as a concept that is becoming more important in organizations, as it is in every subject, in terms of the need for the leader to know himself, respect his/her environment, give importance to moral values, and be an honest individual. Besides, the strong and sincere relationships of ethical leaders with their employees also show that they affect organizations' success. On the other hand, organizations need to offer different opportunities and services to their customers to compete with their competitors. In this context, the necessity of bringing service together with Innovation is obvious, especially in today's world where businesses that innovate in the service sector will ensure their sustainability. At this point, it is thought that leaders who adhere to ethical principles will increase competition by carrying out innovation activities in the organization. However, other actors that are important for organizations to be successful are human resources.

Ethical leadership and service innovation in the literature (Dhar, 2016; Karadal and Özsungur, 2017; Lei et al., 2019; Özsungur, 2019a; 2019b; Ahmed Iqbal et al., 2020; Özsungur and Karadal, 2020), Innovation and psychological capital (Ziyae et al. ., 2015; Kim et al., 2018; Sameer, 2018; Mishra et al., 2019) and ethical leadership and psychological capital (Zhu et al., 2004; Bouckenooghe et al., 2015; Motaghd and Ghashghaeizadeh, 2019; Özsungur, 2019c) there are many studies. In all of these studies, it is seen that all three concepts have positive interactions with each other. In line with these studies in the literature, service innovation, ethical leadership, and psychological capital interactions are examined within the research scope.

Within the research scope, an application was made in the sample of hotel employees operating in Nevşehir. In this context, ethical leadership, service innovation, and psychological capital were asked to employees. *The research problem is that* leaders who adhere to ethical principles do not create an efficient working environment in organizations. Service innovation behavior cannot be expected to develop in employees working with leaders who do not adhere to ethical principles. This is because the concept of psychological capital is not considered sufficiently

important in such organizations that it creates problems. In this context, *the main purpose of the research* is; The research question is to determine how and in what direction ethical leadership affects service innovation and psychological capital; "*Does psychological capital play a role as a mediating variable in the effect of ethical leadership on service innovation behavior*" as determined.

## 2. CONCEPTUAL AND THEORETICAL FRAMEWORK

### 2.1. Ethical Leadership

Ethics is a holistic system that is derived from the Greek word "ethos" and expresses the meanings of habits, customs, character, and customs, as a system of ethical principles, standards, and values, which can present people with behavioral patterns within a system of evaluations such as good-bad, right-wrong in their work or outside of business life. Includes insights (Abay, 2019: 32). The concept of ethics is a concept that includes standards and principles that define what is right, what is wrong, what is good, and what is bad (Álvarez Meythaler and Méndez Reátegui, 2021).

According to Smircich and Morgan (1982: 258), a leader is defined as a person who influences a certain community and gives them the feeling of taking action. A leader is a person who is skilled in communication and communicates with people using the method of empathy, cares about his employees, listens to them, takes into account their problems and expectations, and produces solutions (Yatkin, 2007: 128). On the other hand, leadership is a process in which the organization's contents are consistently influenced and guided to achieve the organization's goals and objectives (Sharma and Jain, 2013: 310).

Ethical leaders are honest and reliable individuals who respect others' rights, guide the people they work with, adopt human-oriented, strictly adhere to moral values (Brown et al., 2005). Ethical leaders are people who display ethical behaviors, take into account individual needs, are unbiased and impartial, defend the rights of employees and act fairly (Zhu et al., 2004: 18). Brown et al. (2005), in their research, ethical leadership; "Displaying a management style within defined patterns in interpersonal relationships and behaviors; It has been defined as a leadership approach that provides two-way communication to employees and encourages moral thinking in decision making. Resick et al. (2006: 348) expresses ethical leadership as setting ethical standards within the organization by using operational leader characteristics and communicating ethical behavior expectations to followers. The ethical leader is a helpful, determined, and fair individual who pursues organizational goals with a single-minded dedication (González and León, 2001). An ethical leader is a person who targets a reliable organizational climate that motivates his followers to adhere to organizational values and goals (Den Hartog, 2015).

Ethical leadership behavior shows a dual feature. Like the first feature, the ethical leader takes action by making ethical decisions. The second characteristic of an ethical leader is that they display ethical behaviors while leading individuals in the group (Abay, 2019: 48). Ethical leaders are defined as honest and brave individuals who gain a sense of trust and influence organizations' moral values with their behavior (Mihelic et al., 2010: 31). The effects of ethical leadership in business life and the political sphere cause increased research in this field. Ethical leaders help obtain information about the cultural structure, lifestyle, and business principles (Brown and Treviño, 2006).

## 2.2. Service Innovation

Service is a beneficial work that ensures meeting human needs but does not have a material quality (Draft and Kara, 2014: 17). In other words, service can be expressed as a marketing element that consumers can feel, although they cannot be perceived by the sense organs (Altunışık et al., 2004: 152). Service is a process, a series of operations, a solution, and a form of organization (Gallouj, 2002).

On the other hand, Innovation means the use of new methods in the social, cultural, and administrative environment and is defined as the transformation of knowledge into an economic and social benefit in a broad sense (Mihalcescu et al., 2008) (Cebeci and Alaca, 2010: 1). By expressing Innovation as the adaptation, development, and creation of new ideas on the success of a company, as a management process, technology development is the management of all activities that include the manufacturing and marketing process of a new or improved product or manufacturing process or instrument (Damanpour, 1991; Trott, 2008: 48).

Service innovation is individual and institutional processes realized in generating and implementing new ideas. It starts with the diagnosis and presentation of the problem and introduces new ideas to solve the problem (Scott and Bruce, 1994: 581). Schumpeter (1934) expressed service innovation as the innovations that an organization makes in service processes to change or improve existing service products (Jian and Wang, 2013: 27). Service innovation is the state of having new and improved products and services rather than focusing on Innovation in a service firm (Chong et al., 2011: 417). Service innovation has a wide content covering different dimensions (Kindström et al., 2013: 1064). These dimensions explain how the innovation system is operated within the enterprise. Gallouj (2002) defines service innovation as "the adaptation of new technical systems such as material transport and processing systems, information and communication systems to service businesses." There are also many criticisms of service innovation Gallouj (2002) emphasizes that despite the criticism of service innovation phenomena, there is a jump in the number of studies on service innovation. As intense competition, rapid technological development,

globalization, and the expectations of conscious consumers increase, unprecedented challenges occur for the hotel industry, and the ability of hotels to develop service innovation becomes interesting for both academics and practitioners (Kim and Lee, 2013: 324). Therefore, service innovation with a holistic approach would not be appropriate to underestimate the potential role of both technology and non-technological Innovation (Gallouj, 2002; Arvanitis, 2008: 210).

### 2.3. Psychological Capital

Psychological capital, which Luthans first put forward in the literature, was inspired by positive psychology and positive organizational behavior approaches (Luthans et al., 2004; Erkuş and Fındıklı, 2013). On the other hand, the contribution of studies in which positive organizational behavior is taken together with human resources practices in improving working conditions today is remarkable (Luthans et al., 2005). Therefore, positive psychological capital draws attention to positive personality traits at the individual level within the framework of its subjective formation, and at the group level, it examines citizenship that develops as a result of individuals working together (Seligman and Csikszentmihalyi, 2014).

Psychological capital emphasizes that human resources are important for businesses to gain a continuous competitive advantage against their competitors. This context emphasizes the relationship between the employees' performances that can be developed and managed to be productive and the employees' positive psychological states (Purwanto et al., 2021). Besides, psychological capital, which is defined as a situation for increasing employees' productivity, focuses on what employees are now and how they will be in the future (Goldsmith et al., 1997; Longman, 2009).

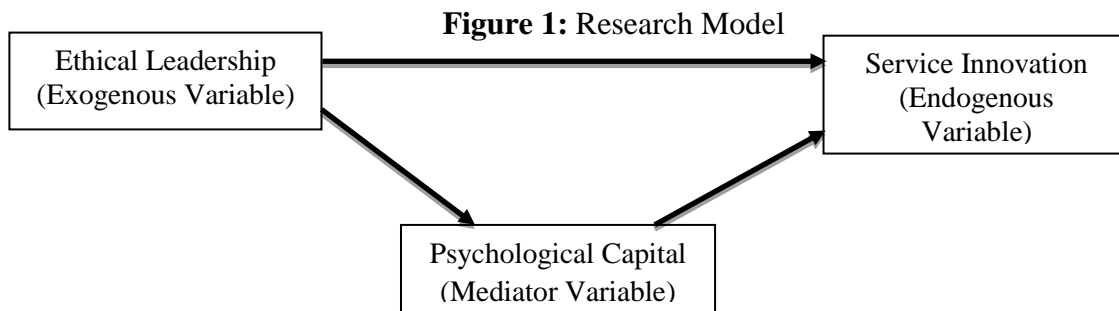
Psychological capital is the characteristics related to the individual differences that employees will acquire when combining their skills, knowledge, and experience over time. In this context, it is known that awareness will contribute to personal efficiency and productivity in business life. It is also stated that it will contribute to individual efficiency and productivity (Yu et al., 2019). According to Luthans and Youssef (2007), psychological sources make up the concept of psychological capital. These sources are the most well-known dimensions of psychological capital, and the dimensions that characterize psychological capital are hope, self-efficacy, resilience, and optimism (Youssef and Luthans, 2007). Hope means that the individual feels positive feelings towards his goals, in other words, to be in anticipation; self-efficacy, the belief that the individual can be successful towards achieving his goals; psychological resilience is the awareness that he may fail in achieving success and the capacity to recover in this situation. Finally, optimism is expressed as individuals' attribution of positive events to internal causes. These components constitute the foundations of psychological capital (Luthans et al., 2005). In this context, while it is known that

employees with a high perception of psychological capital develop positive attitudes about work, it is seen that these people look at the events with a positive perspective not only in their business life but also in their general lives. In this context, psychological capital emerges as an important concept for organizations (Judge, 1997).

### 3. METHOD

#### 3.1. Research Model

Researching the whole of the universe or the sample to be selected from the elements that make up the universe to make a general statistical inference related to the researched subject in human and social sciences is called "general survey" (Karasar, 2017: 111). If this screening is carried out in order to discover the existence of change among more than one element, that is, whether they are in a relationship or the level of the relationship together, this is called "relational scanning" (İslamoğlu and Alnıaçık, 2014: 97). In this study, the relationship between the exogenous variable "ethical leadership," the endogenous variable "service innovation," and the mediating variable "psychological capital" was investigated using a relational survey model that examines the relationships between variables. In summary, the research is quantitative, and the relationships between 1 exogenous, one endogenous variable, and one mediator variable will be examined through the relational screening model. In the research model, 3 hidden variables are measured with the help of 40 observed variables. Research proposal; It is that ethical leadership affects service innovation, and the psychological capital variable has a mediating effect on this relationship. The research model is shown in figure 1.



#### 3.2. Research Question and Hypotheses

Two important questions constitute the starting point of the study. The first question is; Does ethical leadership have an impact on service innovation from employees' perspectives? The second question is, do perceptions of psychological capital affect this effect? In order to find answers to these basic questions of the research, the following hypotheses have been developed:

**H1.** Ethical leadership has a significant positive impact on service innovation.

...

**H2.** Ethical leadership has a significant positive effect on psychological capital.

**H3.** Psychological capital has a significant positive impact on service innovation.

**H4.** Psychological capital has a mediating effect on the relationship between ethical leadership and service innovation.

### 3.3. Data Collection Tool Used in the study

The data in the study were collected by the survey method. In the first part of the questionnaire, a 5-question scale developed to collect the demographic information of the participants, the scale developed by Hu et al. (2009) to measure the 6-question perceptions of "Service Innovation" in the second part, and the third part by Luthans et al., (2007). The 24-question "Psychological Capital" scale developed and the 10-question "Ethical Leadership" scale developed by Brown et al. (2005) was used in the last section.

### 3.4. Research Sample

The sample of the research consists of 10 randomly selected business employees operating in the hotel in Nevşehir. From these enterprises, 170 employees formed the research sample by simple random method.

## 4. FINDINGS

The demographic findings of the participants in the research are shown in table 1.

**Table 1:** Demographic findings of the participants

		Frequency	%	Cumulative %
Experience in Business	Less than 5 years	75	44,1	44,1
	5-10 years	42	24,7	68,8
	11-15 years	13	7,6	76,5
	16-20 years	21	12,4	88,8
	21 years and above	19	11,2	100
	Total	170	100	
Education Level	Primary education	33	19,4	19,4
	High School & Equivalent	34	20	39,4
	Associate Degree	15	8,8	48,2
	License	78	45,9	94,1
	Postgraduate	10	5,9	100
	Total	170	100	
Age	Less than 25	6	3,5	3,5
	25-35	66	38,8	42,4
	36-45	65	38,2	80,6
	46-55	23	13,5	94,1
	More than 55	10	5,9	100
	Total	170	100	
Marital Status	Single	53	31,2	31,2
	Maried	117	68,8	100
	Total	170	100	
Gender	Female	37	21,8	21,8
	Male	133	78,2	100
	Total	170	100	

When the research participants' working periods are examined in Table 1, approximately 44% of them have been working in this enterprise for less than 5 years. With 7.6%, the least participant rate was among those working between 11 and 15 years. Approximately 60% of the participants are at the associate degree and above graduation level, and the remaining 40% are primary and high school graduates. 77% of the participants are between the ages of 25-45. 78.2% of the participants in the study are male, 68.8% of the participants are married.

#### 4.1. Reliability and Validity

With the Smart PLS program, before proceeding to the reliability analysis, the relationship between the hidden variables in the model and the observed variables is checked, and it is decided whether the structures are reflective or formative. If the observed variable is the latent variable's cause, the reflective relationship is in question, and vice versa, if the hidden variable is the cause of the observed variable, the formative relationship is in question (Esposito et al., 2010: 49).

Factor analysis was performed with SmartPLS3 for reliability and validity check in Partial Least Squares Structural Equation Model. For reliability in the measurement model, item loadings, which are the correlation values between the observed variables and the latent variable, are examined. It is accepted that factors with an item load of 0.7 and above explain 50% of the latent variable variance to which they depend (Garson, 2016: 60-61). Item loads of 0.5 and above are acceptable, and item loads below 0.5 should be deleted from the model (Afthanorhan, 2013: 200-201; Bulut, 2015: 10). Factor loadings of 0.4 and higher are sufficient for exploratory research (Wong, 2013: 21). Load coefficients, Cronbach's Alpha, Combined Reliability (CR), and Subtracted Average Variance (AVE) values for the research model's items and variables are shown in table 2.

**Table 2:** Research Factor Loads

Variable	Items	Factor Loadings	$\alpha$	CR	AVE
<b>Ethical Leadership (EL)</b>	EL1	0,754	0,943	0,952	0,663
	EL2	0,720			
	EL3	0,796			
	EL4	0,817			
	EL5	0,859			
	EL6	0,831			
	EL7	0,839			
	EL8	0,874			
	EL9	0,816			
	EL10	0,826			
<b>Service Innovation (HI)</b>	HI1	0,791	0,895	0,919	0,656
	HI2	0,875			
	HI3	0,826			
	HI4	0,747			
	HI5	0,846			
	HI6	0,770			
<b>Psychological</b>	PS1	0,776	0,927	0,937	0,502

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

Capital (PS)	PS2	0,783
	PS3	0,749
	PS4	0,834
	PS5	0,777
	PS6	0,757
	PS8	0,711
	PS9	0,788
	PS10	0,578
	PS11	0,575
	PS12	0,744
	PS15	0,622
	PS17	0,629
	PS18	0,679
	PS22	0,547

As a result of the analysis, items 7,13,14,16,19,20,21,23,24 of the Psychological Capital variable, which reduce the reliability and convergent validity, were removed from the analysis, and according to the findings obtained as a result of the analysis, the item loads depending on the variables were above the value of 0.5. and is at an acceptable level. The rule followed here is that if items with values between 0.4 and 0.7 are deleted, if the Combined Reliability (CR) increases, they should be removed from the model (Garson, 2016: 61).

In order to examine the reliability of the variables, Cronbach's Alpha ( $C\alpha$ ) and Combined Reliability (CR) coefficients in the Smart PLS program in the Partial Least Squares Structural Equation Model are also examined. These values are expected to be above 0.7, and between 0.60-0.70 is acceptable for exploratory research, and 0.70-0.95 is considered quite reliable (Sarstedt et al, 2017, p.16). When Table 2 is examined, it is seen that  $C\alpha$  and CR values are in the range of 0.89-0.95 and are at a very reliable level.

While checking validity with SmartPLS3, convergent and discriminant validity are examined. AVE value is checked for validity check. AVE is a value that can be used for both convergent and divergent validity analysis. In order to be able to speak of validity, this value must be above 0.5 (Garson, 2016, p.65). When Table 2 is examined, the AVE value is above 0.5 in 3 variables. Other indicators that can be checked for divergent validity are the Fornell-Larcker criteria. The findings of this analysis are shown in table 3.

**Table 3:** Fornell-Larcker Divergent Validity Findings

	Ethical Leadership	Service Innovation	Psychological Capital
Ethical Leadership	<b>0,814</b>		
Service Innovation	0,413	<b>0,810</b>	
Psychological Capital	0,370	0,754	<b>0,709</b>

The values obtained here are the AVE value's square root, and a variable's correlation value is expected to be higher than the correlation value with other variables (Wong, 2013: 23). For



example, here Ethical Leadership AVE value is 0.663, and its square root is 0.814. It has a higher value than the correlation value with the variables of Service Innovation (0.413) and Psychological Capital (0.370). Likewise, since other variables' AVE square roots are higher than their correlations with other variables, the model provides divergent validity. Henseler et al. (2015) state that Heterotrait-Monotrait (HTMT) value should be evaluated in addition to traditional divergent validity tests (Fornell-Larcker, cross-loadings), and the value between variables should be less than 0.90. The HTMT analysis result is presented in table 4.

**Table 4:** Divergent Validity Results with Heterotrait-Monotrait (HTMT) Value

	Ethical Leadership	Service Innovation
Service Innovation	0,438	
Psychological Capital	0,373	0,815

When HTMT values are examined, it is seen that all of them are below the threshold value of 0.90 and thus, divergent validity has been established. Another problem in the Partial Least Squares Structural Equation Model models is the Variance Inflation Factor (VIF) values produced by the SmartPLS3 program to check whether there is a multi-collinearity problem. If these values are below 0.5, it means that there is no multiple linearity problem between items and variables (Hair et. al., 2011: 145). VIF values are presented in table 5.

**Table 5:** Multiple Linearity (VIF) Findings

Item	VIF	Item	VIF
EL1	2,155	PS1	3,536
EL2	2,017	PS2	3,729
EL3	2,218	PS3	2,629
EL4	2,985	PS4	3,397
EL5	3,658	PS5	2,711
EL6	2,986	PS6	2,371
EL7	3,403	PS8	2,494
EL8	3,923	PS9	2,907
EL9	3,266	PS10	1,940
EL10	3,536	PS11	1,614
HI1	2,227	PS12	2,284
HI2	2,940	PS15	1,869
HI3	2,257	PS17	1,988
HI4	2,086	PS18	1,881
HI5	2,763	PS22	1,453
HI6	2,033		

When the VIF values of the items given in Table 5 are examined, it is seen that all of them are below the threshold value of 5, and there is no multi-linearity problem between the items. It was determined that all variables in the model provide reliability and validity, and after this stage, the structural model was evaluated.

#### 4.2. Structural Model Analysis and Hypothesis Testing

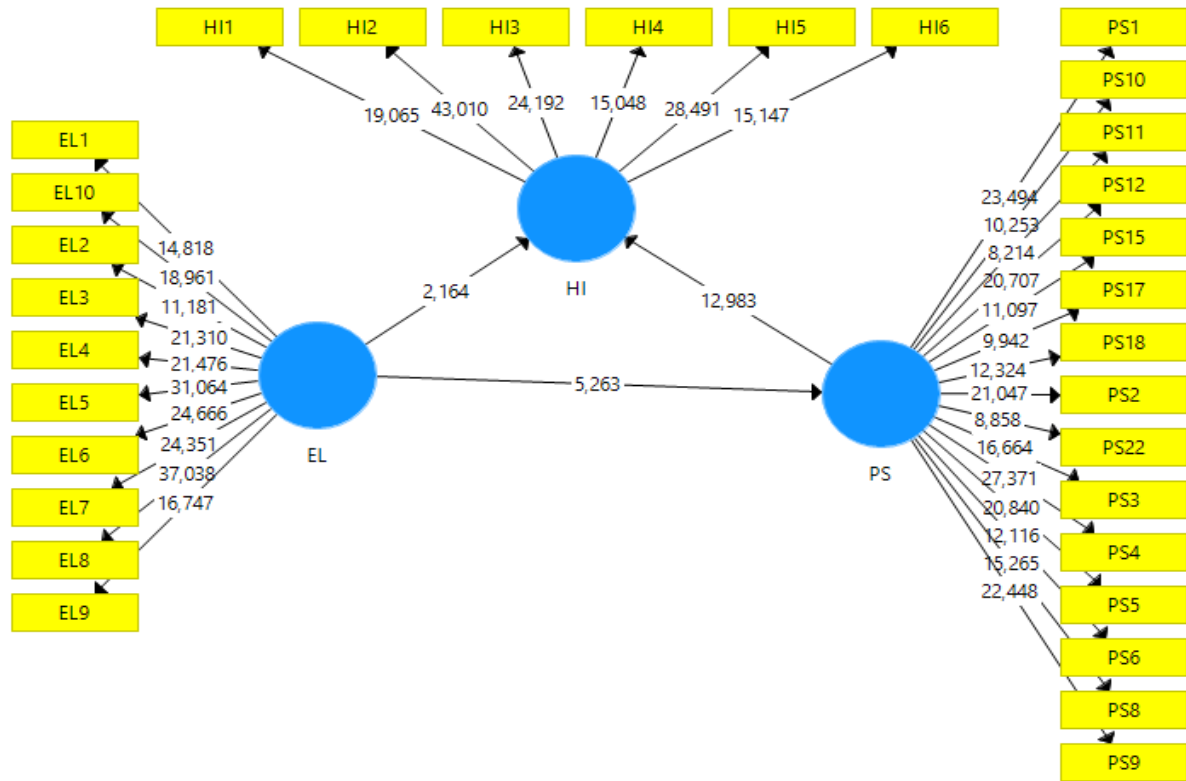
In reflective models,  $R^2$  value and path coefficients will be examined with path analysis for structural model evaluation. A  $R^2$  value of 0.75 and above means that the endogenous variable is highly predicted, 0.5 and above is strongly predicted, and 0.25 and above is poorly predicted. The other checked value is the two-tailed t values obtained by the bootstrapping procedure. These values are interpreted as 1.65 (significance level = 10%), 1.96 (importance level = 5%), and 2.58 (importance level = 1%). Finally, with the blindfolding procedure, the  $Q^2$  value used to measure the prediction reliability is checked. The resulting  $Q^2$  values greater than zero indicate that exogenous structures can predict the endogenous structure (Hair et al., 2011:145). Table 6 shows  $R^2$ , path coefficients, and  $Q^2$  values.

**Table 6:** Structural Model valuation  $R^2$ ,  $Q^2$  and Path Coefficients

	Path Coefficients		$R^2$	$Q^2$
	Service Innovation	Psychological Capital		
<b>Ethical Leadership</b>	0,152	0,370		
<b>Psychological Capital</b>	0,699		0,137	0,064
<b>Service Innovation</b>			0,591	0,372

When the path coefficients are examined, it is seen that the path coefficient between Psychological Capital and Service Innovation is 0.699, the path coefficient between Ethical Leadership and Psychological Capital is 0.370, the path coefficient between Ethical Leadership and Service Innovation is 0.152, and there is a relationship between all variables. It seems that the strongest relationship is between Psychological Capital and Service Innovation. When  $R^2$  and  $Q^2$  values are examined, it is seen that Ethical Leadership and Psychological Capital variables in the model strongly predict or explain the endogenous variable Service Innovation. In summary, approximately 70% of the change in Service Innovation is explained by Ethical Leadership and Psychological Capital.

Figure 2: Bootstrapping Procedure and t Values



As a result of these findings, it was seen that the observed variables in the measurement model represented the latent variables, and this representation was reliable and valid. After analyzing the structural model findings, it was understood that the relations between the variables were reliable and valid, and the research questions and hypotheses were tested. The bootstrapping procedure was run for hypothesis testing, and figure 1 was obtained. Then the obtained standard deviation, t, and p values were examined.

Table 7: Hypothesis Test Results

	Original Sample (O)	Sample mean (M)	Std. Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P	Hypothesis
<b>Ethical Leadership - Service Innovation</b>	0,1521	0,1481	0,0703	2,1639	0,031*	Supported
<b>Ethical Leadership - Psychological Capital</b>	0,3700	0,3829	0,0703	5,2629	0,000**	Supported
<b>Psychological Capital - Service Innovation</b>	0,6991	0,7014	0,0538	12,9832	0,000**	Supported

\* significant at p < 0.5 and 95% confidence intervals, \*\* significant at p < 0.1 and 99% confidence intervals

When the findings are examined, the Relationship between Ethical Leadership and Service Innovation is above the threshold value of 2.1639, and  $t > 1.96$  and is significant at 95% confidence interval. Therefore, the first hypothesis suggested, H1: Ethical leadership has a significant positive effect on service innovation, supported. Another proposition, H2: The proposition that ethical

leadership has a significant positive effect on psychological capital was found to be above the  $t > 2.58$  threshold value with 5.2629 and was significant at 99% confidence interval. Similarly, the third proposition of the study, H3: The hypothesis that psychological capital has a positive and significant effect on service innovation was found to be above the threshold value  $t > 2.58$  with 12.9832 and was significant at 99% confidence interval. In summary, the first three hypotheses supported, and after this stage, the fourth and last proposition of the research, the psychological capital variable has a mediating effect in the relationship between Ethical Leadership and Service Innovation, has been analyzed.

#### 4.3. Mediator Effect

In Partial Least Squares Structural Equation Models, the bootstrapping procedure's findings with the SmartPLS3 program are examined to understand the present intermediary effects and the extent necessary to talk about the concepts of direct and indirect effects. The direct effect is the relationship between the exogenous variable- Ethical Leadership and the endogenous variable- Service Innovation (p1), the indirect effect is the relationship from the exogenous variable- Ethical Leadership to the mediating variable-Psychological capital (p2) from the mediator variable- Psychological Capital endogenous variable-Service Innovation (p3) (p2 \* p3). In these relations, if p2 \* p3 is not important, if p1 is important, there is no mediating effect, if p2 \* p3 is important, if p1 is not, there is a full mediating effect, if p2 \* p3 and p1 are important, the presence of partial mediating is mentioned and \* Look at the result of p1 operation. Here, if the result of p2 \* p3 \* p1 is positive, complimentary mediation is mentioned, and if it is negative, competitive mediation is mentioned (Nitzl et al., 2016). Table 8 shows the importance of these relationships.

**Table 8:** Findings Regarding the Mediating Effect

	Original Sample (O)	Sample mean (M)	Std. Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P
<b>P<sub>1</sub> Ethical Leadership -&gt; Service Innovation</b>	0,1521	0,1481	0,0703	2,1639	0,031*
<b>P<sub>2</sub> Ethical Leadership -&gt; Psychological Capital</b>	0,3700	0,3829	0,0703	5,2629	0,000**
<b>P<sub>3</sub> Psychological Capital -&gt; Service Innovation</b>	0,6991	0,7014	0,0538	12,9832	0,000**

\*p<0,5 ve %95 güven aralığında anlamlı, \*\*p<0,1 ve %99 güven aralığında anlamlı

When Table 8 is examined, it is seen that the relationship between p2 \* p3 and p1 is important. Therefore, it is understood that Psychological Capital has a partial mediating effect on Ethical Leadership and Service Innovation. The research's last hypothesis is H4: It is supported that psychological capital has a mediating effect on the relationship between ethical leadership and

service innovation. When the path coefficients presented in Table 6 and the result  $p2 * p3 * p1$  are examined;

$0.370 * 0.699 * 0.152 = 0.03931176$  and there is complementary mediation partial mediation.

### CONCLUSION

This study examines the "mediator" role of psychological capital in ethical leadership and service innovation, and it is understood that conditions that strengthen employees' perceptions of "ethical leadership" strengthen their service innovation behavior. It is also understood that fair leadership behaviors strengthen employees' perceptions of service innovation behavior, and psychological capital functions as an intermediary by strengthening this interaction. According to the findings of the research, it can be argued that the positive organizational conditions created by ethical leadership increase the service innovation behaviors of the employees, and the positive perceptions of the employees increase because the psychological capital strengthens the service innovation behavior and the positive and fair leadership behaviors are sustained. The subject variables discussed in the study are the results of the leadership behaviors faced by the employees.

The research findings show that all kinds of positive organizational leadership behaviors such as ethical leadership, transformational leadership, democratic leadership, and participatory leadership are effective in employees' attitudes and behaviors. While negative leadership behavior perceptions strengthen employees' feelings of organizational silence and cynicism, it can be inferred that positive leadership behaviors can lead to positive situations for organizations, as revealed by the results of this study.

There is a consensus in the literature that these variables cause positive behaviors in organizations in studies on ethical leadership, service innovation, and psychological capital. In this context, in the first hypothesis, ethical leadership's positive effect on service innovation was found ( $p<0.5$ ). Dhar (2016), in his research on hotel employees in India, determined that ethical leadership strengthens the service innovation behaviors of employees. Özsungur's (2020) qualitative analysis for the employees in his business in Turkey has determined that increases the perception of ethical leadership in service innovation. The second hypothesis of the study determined that ethical leadership positively affected psychological capital ( $p<0.1$ ). Bouckenoghe et al. (2015) determined that individuals' perceptions of ethical leadership positively affect psychological capital in their study in Pakistan. Motaghd and Ghashghaeizadeh (2019) determined in their study on teachers that there are positive relationships between ethical leadership and psychological capital. The third hypothesis determined that psychological capital positively affects service innovation ( $p<0.1$ ). Kim et al. (2018), in their research on hotel employees in South Korea, determined that psychological

capital strengthens the service innovation behavior of employees. Karadal and Özsungur (2017), Turkey (Adana) between psychological capital in their research service innovation behavior have determined that positive relationships. The research's last hypothesis determined that psychological capital has a mediating role in ethical leadership's effect on service innovation behavior ( $p < 0.1$ ). Özsungur's (2019) in Turkey (Adana) to influence his behavior in ethical leadership in service innovation through research has determined the role of psychological capital. All these findings show that the research results are consistent with the literature.

This research is limited to examining whether psychological capital functions as an intermediary in ethical leadership's impact on service innovation. The research is a quantitative study on the border with hotel staff for tourism in Nevşehir. The research can be repeated in different samples with other positive and negative leadership behaviors and other organizational behavior issues such as organizational cynicism, organizational citizenship, and organizational trust. The research can also look at whether psychological capital functions as a regulating variable in the relationship established. It can be repeated with different samples with qualitative and mixed-method researches to understand the research subject better.

## REFERENCES

- Abay, P. (2019). *Etik liderlik ve örgütsel adalet algısının çalışanların örgütsel sinizm davranışlarına etkisi üzerine bir sağlık kuruluşunda uygulama*. (Doktora Tezi), İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,
- Afthanorhan, W. M. A. B. W. (2013). A Comparison Of Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) and Covariance Based Structural Equation Modeling (CB-SEM) for Confirmatory Factor Analysis. *International Journal of Engineering Science and Innovative Technology*, 2(5), pp. 198-205.
- Ahmed Iqbal, Z., Abid, G., Contreras, F., Hassan, Q. and Zafar, R. (2020). Ethical leadership and innovative work behavior: The mediating role of individual attributes. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(3), 68.
- Altunışık, R., Özdemir, Ş. and Torlak, Ö. (2004). *Modern Pazarlama, Değişim Yayınları*, 3. Baskı, İstanbul.
- Álvarez Meythaler, A. d. I. M. and Méndez Reátegui, R. (2021). Thoughts on design and ethics in business advertising.
- Arvanitis, S. (2008). Explaining innovative activity in service industries: Micro data evidence for Switzerland. *Econ. Innov. New Techn.*, 17(3), pp. 209-225.
- Bouckenooghe, D., Zafar, A. and Raja, U. (2015). How ethical leadership shapes employees' job performance: The mediating roles of goal congruence and psychological capital. *Journal of Business Ethics*, 129(2), pp. 251-264.
- Brown, M. E. and Treviño, L. K. (2006). Ethical leadership: A review and future directions. *The leadership quarterly*, 17(6), pp. 595-616.
- Brown, M. E., Treviño, L. K. and Harrison, D. A. (2005). Ethical leadership: A social learning perspective for construct development and testing. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 97(2), pp. 117-134. doi:10.1016/j.obhdp.2005.03.002

- Bulut, E. (2015). Liderlik, Motivasyon ve Ödüllendirme İlişkilerinin İncelenmesinde Kısmi En Küçük Kareler Yol Analizinin Kullanılması. *Cankiri Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2015-2), 1-1. doi:10.18074/cnuiibf.238
- Chong, A. Y., Chan, F. T., Ooi, K.B. and Sim, J.J. (2011). Can Malaysian firms improve organizational/innovation performance via SCM? *Industrial Management & Data Systems*.
- Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of management journal*, 34(3), pp. 555-590.
- Den Hartog, D. N. (2015). Ethical leadership.
- Dhar, R. L. (2016). Ethical leadership and its impact on service innovative behavior: The role of LMX and job autonomy. *Tourism Management*, 57, pp. 139-148.
- Erkuş, A. and Fındıklı, M. A. (2013). Psikolojik sermayenin iş tatmini, iş performansı ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisine yönelik bir araştırma. *Istanbul University Journal of the School of Business Administration*, 42(2).
- Esposito Vinzi, V., Chin, W. W., Henseler, J. and Wang, H. (Ed.). (2010). *Handbook of Partial Least Squares: Concepts, Methods and Applications*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. doi:10.1007/978-3-540-32827-8
- Gallouj, F. (2002). *Innovation in the service economy: the new wealth of nations*: Edward Elgar Publishing.
- Garson, G. D. (2016). *Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Model*. North Carolina: Statistical Associates Publishing.
- Goldsmith, A. H., Veum, J. R. and Darity Jr, W. (1997). The impact of psychological and human capital on wages. *Economic inquiry*, 35(4), pp. 815-829.
- González, M. and León, C. J. (2001). The adoption of environmental innovations in the hotel industry of Gran Canaria. *Tourism economics*, 7(2), pp. 177-190.
- Hair, J. F., Ringle, C. M. and Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), pp. 139-152. doi:10.2753/MTP1069-6679190202
- Henseler, J., Ringle, C. M. and Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), pp. 115-135. doi:10.1007/s11747-014-0403-8
- Hu, M.L. M., Horng, J.S. and Sun, Y.H.C. (2009). Hospitality teams: Knowledge sharing and service innovation performance. *Tourism Management*, (30), pp. 41-50.
- İslamoğlu, A. H. and Alnıaçık, Ü. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (4. bs.). İstanbul: Beta Yayın.
- Jian, Z. and Wang, C. (2013). The impacts of network competence, knowledge sharing on service innovation performance: Moderating role of relationship quality. In *LISS 2012*, pp. 569-576, Springer.
- Judge, T. A. (1997). The dispositional causes of job satisfaction: A core evaluations approach. *Research in organizational behavior*, 19, pp. 151-188.
- Karadal, H. and Özsungur, F. (2017). Hizmet İnovasyon Davranışı İle Psikolojik Sermaye Ve Etik Liderlik İlişkisinin İncelenmesi: Adana Örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(13), pp. 663-672.
- Karasar, N. (2017). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (32. bs.). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Kim, T. T. and Lee, G. (2013). Hospitality employee knowledge-sharing behaviors in the relationship between goal orientations and service innovative behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 34, pp. 324-337.
- Kim, T. T., Karatepe, O. M. and Lee, G. (2018). Psychological contract breach and service innovation behavior: psychological capital as a mediator. *Service Business*, 12(2), pp. 305-329.

Kindström, D., Kowalkowski, C. and Sandberg, E. (2013). Enabling service innovation: A dynamic capabilities approach. *Journal of Business Research*, 66, pp. 1063–1073. doi:10.1016/j.jbusres.2012.03.003

Lei, H., Ha, A. T. L. and Le, P. B. (2019). How ethical leadership cultivates radical and incremental innovation: the mediating role of tacit and explicit knowledge sharing. *Journal of Business & Industrial Marketing*.

Longman, K. A. (2009). The high impact leader: Moments matter in accelerating authentic leadership development. *The Review of Higher Education*, 32(2), pp. 282-284.

Luthans, F. and Youssef, C. M. (2007). Emerging positive organizational behavior. *Journal of management*, 33(3), pp. 321-349.

Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B. and Norman, S. M. (2007). Positive Psychological Capital: Measurement and Relationship with Performance and Satisfaction. *Personnel Psychology*, 60(3), pp. 541-572. doi:10.1111/j.1744-6570.2007.00083.x

Luthans, F., Avolio, B. J., Walumbwa, F. O. and Li, W. (2005). The psychological capital of Chinese workers: Exploring the relationship with performance. *Management and organization review*, 1(2), pp. 249-271.

Luthans, F., Luthans, K. W. and Luthans, B. C. (2004). Positive psychological capital: Beyond human and social capital.

Mihalcescu, C., Ciolacu, B., Pavel, F. and Titrade, C. (2008). Risk And Innovation In E-banking. *Romanian economic and business review*, 3(2), 86.

Mihelic, K. K., Lipicnik, B. and Tekavcic, M. (2010). Ethical leadership. *International Journal of Management & Information Systems (IJMIS)*, 14(5).

Mishra, P., Bhatnagar, J., Gupta, R. and Wadsworth, S. M. (2019). How work–family enrichment influence innovative work behavior: Role of psychological capital and supervisory support. *Journal of Management & Organization*, 25(1), pp. 58-80.

Motaghd, A. and Ghashghaeizadeh, N. (2019). Mediated Role of Psychological Capital in Ethical Leadership and Job Burnout of Teachers. *Ethics In Science & Technology*, 14(2 #g00983), pp. 113-120.

Nitzl, C., Roldan, J. L. Motaghd Cepeda, G. (2016). Mediation analysis in partial least squares path modeling: Helping researchers discuss more sophisticated models. *Industrial Management & Data Systems*, 116(9), pp. 1849-1864. doi:10.1108/IMDS-07-2015-0302

Özsungur, F. (2019a). The impact of ethical leadership on service innovation behavior. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*.

Özsungur, F. (2019b). Ethical leadership, intrapreneurship, service innovation performance and work engagement in chambers of commerce and industry. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 29(8), pp. 1059-1081.

Özsungur, F. (2019c). The impact of ethical leadership on service innovation behavior: The mediating role of psychological capital. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1), pp. 73-88. doi:10.1108/APJIE-12-2018-0073

Özsungur, F. (2020). The effects of ethical leadership on work engagement, intrapreneurship, and service innovation behavior: sample of chambers of commerce and industry. *International Journal of Public Leadership*, 16(2), pp. 199-216.

Özsungur, F. and Karadal, H. (2020). Etik Liderlik, İç Girişimcilik ve Hizmet İnovasyon Davranışı: İşe Bağlılığın Aracılık Rolü. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 9(1), pp. 30-54.

Purwanto, A., Asbari, M., Hartuti, H., Setiana, Y. N. and Fahmi, K. (2021). Effect of Psychological Capital and Authentic Leadership on Innovation Work Behavior. *International Journal of Social and Management Studies*, 2(1), pp. 1-13.



Resick, C. J., Hanges, P. J., Dickson, M. W. and Mitchelson, J. K. (2006). A cross-cultural examination of the endorsement of ethical leadership. *Journal of Business Ethics*, 63(4), pp. 345-359.

Sameer, Y. M. (2018). Innovative behavior and psychological capital: Does positivity make any difference? *Journal of Economics & Management*, 32, pp. 75-101.

Sarstedt, M., Ringle, C. M. and Hair, J. F. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. C. Homburg, M. Klarmann ve A. Vomberg (Ed.), *Handbook of Market Research* içinde (ss. 1-40). Cham: Springer International Publishing. doi:10.1007/978-3-319-05542-8.

Schumpeter, J. (1934). The Theory of Economic Development, tr. By Redvers Opie, *Harvard Economic Studies*, 40, 20.

Scott, S. G. and Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *Academy of management journal*, 37(3), pp. 580-607.

Seligman, M. E. and Csikszentmihalyi, M. (2014). Positive psychology: An introduction. In *Flow and the foundations of positive psychology* (pp. 279-298): Springer.

Sharma, M. K. and Jain, S. (2013). Leadership management: Principles, models and theories. *Global Journal of Management and Business Studies*, 3(3), pp. 309-318.

Smircich, L. and Morgan, G. (1982). Leadership: The management of meaning. *The Journal of applied behavioral science*, 18(3), pp. 257-273.

Taslak, S. and Kara, M. (2014). *İşletme bilimine giriş:(modern işletmecilik)*: Ekin Basım Yayın.

Trott, P. (2008). *Innovation management and new product development*: Pearson education.

Wong, K. K.K. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS. *Marketing Bulletin, Technical Note 1*, 32.

Yatkin, A. (2007). Toplam kalite yönetiminde liderlik: liderlikte kalite. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 9(1), pp. 126-147.

Youssef, C. M. and Luthans, F. (2007). Positive organizational behavior in the workplace: The impact of hope, optimism, and resilience. *Journal of management*, 33(5), pp. 774-800.

Yu, X., Li, D., Tsai, C.H. and Wang, C. (2019). The role of psychological capital in employee creativity. *Career Development International*.

Zhu, W., May, D. R. and Avolio, B. J. (2004). The impact of ethical leadership behavior on employee outcomes: The roles of psychological empowerment and authenticity. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 11(1), pp. 16-26.

Ziyae, B., Mobaraki, M. H. and Saediyoum, M. (2015). The effect of psychological capital on innovation in information technology. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 5(1), pp. 1-12.

## ÖYKÜDEN BEYAZ PERDEYE: “LADY MACBETH”

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ÖZBERK\*

## ÖZ

XIX. yüzyıl Rus edebiyatında önemli bir yere sahip olmasına karşın, F. M. Dostoyevski, L. N. Tolstoy, A. P. Çehov gibi çağdaşlarına kıyasla daha az tanınan bir yazar olan Nikolay Semyonoviç Leskov 1865 yılında kaleme aldığı *Mtsensk İlçesi'nin Lady Macbeth'i* adlı uzun öyküsünün 2016 yılında William Oldroyd yönetmenliğinde *Lady Macbeth* adıyla sinema filmine uyarlanmasıyla yeniden okuyucuların ve izleyicilerin dikkatini çeker. Öyküde ele alınan konu büyük bir oranda sinemaya aynı şekilde aktarılır. Bu eser XIX. yüzyıl Rus coğrafyasında sınıf farklılıklarına, aşkın gücüne, kadın-erkek ilişkisine odaklanırken tüm bu olgular sinema filminde aynı dönemin İngilteresi'nde betimlenir. Çalışmamızda Leskov'un eserinin incelemesinden ardından film uyarlaması hakkında bilgi verilecek ve aradaki farklılıklar tablo halinde sunulmaya çalışılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** N.S. Leskov, Lady Macbeth, XIX. yüzyıl Rus öyküsü, uyarlama film.

## FROM NOVELLA TO MOVIE SCREEN: “LADY MACBETH”

## ABSTRACT

Although having an important place in Russian literature XIX century, compared to his contemporaries such as F. M. Dostoevsky, L. N. Tolstoy, A. P. Chekhov, less well-known Nikolai Semyonovich Leskov once again captured the attention of readers and viewers with the spin-off his novella *Lady Macbeth of Mtsensk District*, written in 1865, into a movie with the name of *Lady Macbeth*, directed by William Oldroyd in 2016. The full subject of novella's is transferred synchronisely to the cinema in the same way. As this novella focuses on class differences, the power of love, and the relationship between men and women in Russian geography XIX. century, all these phenomena are depicted in the UK of the same period in the movie. This current study aims to analyse Leskov's novella, then approach about the spin-off and present all these differences between them in columns.

**Keywords:** N.S. Leskov, Lady Macbeth, Russian story XIX. century, spin-off.

\* Artvin Çoruh Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Batı Dilleri ve Edebiyatları Bölümü, Rus Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı. ORCID: 0000-0002-2110-4349 m.ozberk@hotmail.com

Derleme makale.

Sayfa Sayısı: 533-541

Makale Geliş Tarihi: 22.02.2021

Makale Kabul Tarihi: 19.03.2021

Makale Yayın Tarihi: 05.05.2021

## Giriş

“Leskov geleceğin yazarıdır ve onun edebi yaşamı oldukça öğreticidir.”

Lev Nikolayeviç Tolstoy\*

Nikolay Semyonoviç Leskov’un (1831-1895) *Mtsensk İlçesi’nin Lady Macbeth’i* (*Деду Макобет Мценского уезда, 1865*) adlı uzun öyküsü farklı dönemlerde tiyatro ve sinema izleyicisiyle buluşur. Ünlü Sovyet müzisyen ve besteci D. D. Şostakoviç 1934 yılında aynı adla bu öyküyü operaya; Yugoslav yönetmen A. V. Wajda 1962 yılında *Sibirskia Ledi Magbet* adıyla ve Sovyet yönetmen R. G. Balayan 1989 yılında yine aynı adla sinemaya uyarlar. Ancak eserin William Oldroyd yönetmenliğinde 2016 yılında İngiltere’de ve İngilizce olarak *Lady Macbeth* adıyla sinema uyarlaması Leskov isminin günümüzde çok daha geniş kitleye ulaşmasına olanak tanır:

“Edebiyat çoğu zaman bilhassa konu bakımından sinemayı desteklese de, zaman zaman edebiyat ve sinema ilişkisi iç içe geçmekte ve yaşanan kültürel değişimin de etkisi ile sinemayı, edebiyatın neredeyse hatırlatıcısı konumuna getirmektedir. Öyle ki, günümüz edebiyattan uyarlama filmleri, çoğu izleyicinin edebî eser olarak bilmediği veya bildiği, fakat zaman yaratıp okumadığı eserlerden oluşmaktadır. Bu uyarlama filmlerin etkisi edebî eserin önüne geçtiğinde, izleyici filmin kitabı ile karşılaştığında kitabı filminden dolayı bir merak ile satın almaktadır. Bakıldığında edebî eserin bilinirlik düzeyi filmin yanında sönümlenirken, eskinin okuma pratikleri de yerini yeni okuma pratiklerine bırakmaktadır.” (Yıldız Kayadevir, 2019: 453).

Görüldüğü üzere sinema ve edebiyat etkileşimi insanların yaşadığı ve sanatla ilgilendiği yüzyıla göre de şekillenir. XIX. yüzyılda tüm dünya üzerinde edebiyat en güçlü sanat dalıyken XXI. yüzyıla geldiğimizde teknolojik ilerlemeler insanları okumadan çok izlemeye teşvik eder. Günümüzde birçok insan romanlarını okumamış olsa bile J. R. R. Tolkien’in *Yüzüklerin Efendisi* (*The Lord of the Rings, 1954-1955*) ve J. K. Rowling’in *Harry Potter* (1997) gibi çoğu çağdaş kült eseri beyaz perde sayesinde tanır. Elbette bu noktada, yüksek bütçeli prodüksiyonlar, yetenekli oyuncular, üç boyutlu sinema efektleri ve çağdaş uyarlama gibi seyirciyi sinemaya çeken etkenlerin payı büyüktür. Rus edebiyatının ölümsüz eserlerinden L. N. Tolstoy’un *Anna Karenina* (1877)

\* Makarova, Ye. A. (2010). “Drevnerusskiy Prolog v Krugе Çteniya N. S. Leskova i L. N. Tolstogo”, *Lev Tolstoy i Vremya*, Tomsk: İzd. Tomskogo Universiteta, s. 49.

romanının 2012 yılında İngiliz yönetmen Joe Wright'ın kamerasından vizyona giren ve birçok dalda Akademi Ödülleri'ne (Nobel Ödülleri) layık görünen sinema uyarlaması bunun en açık örneğidir.

### 1. N.S. Leskov ve “*Mtsensk İlçesi'nin Lady Macbeth'i*”

XIX. yüzyılda ‘aldatan eş ve aşk uğruna günahkâr olma sorunu’ hem Rus hem de dünya edebiyatında göze çarpan bir temadır. Rus yazarlar A. N. Ostrovski'nin *Gök Gürültüsü (Groza, 1859)* romanında Katerina Kabanova; İ. S. Turgenyev'in *Babalar ve Oğullar (Otsı i deti, 1862)* romanında Anna Odintsova; L. N. Tolstoy'un *Karanlığın Kudreti (Vlast tını, 1886)* dramasında Anisya ve Fransız yazar G. Flaubert'in *Madame Bovary (1856)* romanında Emma Bovary bu tema için betimlenen kadın karakterlerden birkaçıdır.

Yoksul bir toprak sahibi, dindar bir babanın oğlu olan Leskov bir dönem mahkeme salonlarında çalışır. Birkaç cinayet suçuyla yargılanan bir kadının davasından esinlenerek bu konuyu önceleri deneme olarak yazsa da sonraları öykü formatına çevirir. Gerçek bir olaya dayanan bu öykü 1865 yılında Fyodor ve Mihail Dostoyevski kardeşlerin yayınladığı *Epoha* dergisinde okuyucuyla buluşur (Startseva, 2018: 188).

Leskov yazın yaşamına M. Stebnitski takma adıyla girer. Kendisi de Oryol doğumlu olan Leskov, şu an Rusya'nın bu bölgesinde küçük bir kent olan ve yazıldığı dönemde Oryol eyaletinde bir yerleşim yeri sayılan Mtsensk İlçesi'ni öyküsüne mekan olarak seçer. Eserine *Lady Machbet* adını verirken ünlü İngiliz edebiyatçı W. Shakespeare'in aynı adlı trajedyasına (Lady Macbeth,1603-1607) göndermede bulunarak kadın kahramanına yüklediği misyonu okuyucuya önceden sunar.

Genel olarak çalışmalarında ulusal karakterlerin ve manevi değerlerin betimini yapan Leskov, bu eserinde maddiyat üzerine kurulu evliliğin işleyemeyeceği eleştirisinde bulunur. Tüm öykü boyunca kadın başkahraman Katerina'nın sıra dışı davranışları ön plana çıksa da burada eşinin ve kayınpederinin rolü üzerinde özellikle durmak gerekir. Zınoviy Borisıç kendisinden otuz yaştan fazla küçük olan Katerina'ya hiç ilgi göstermez, yalnızca kendi işleriyle ilgilenir, eşinin yalnızlığından habersizdir: “İşte, zengin kayınpeder evinde, şefkatsiz koca koynunda tam beş senedir bu sıkıcı hayatı sürmekteydi Katerina Lvovna, gelgelelim hiç kimse onun bu sıkıntısını zerre umursamıyordu.” (Leskov, 2012: 9).

Katerina içinde bulunduğu tutsaklık durumuna her ne kadar isyan etmese de bir aşk kıvılcımı onu ihanet yoluna iter. Despot eşinin ilgisizliğinden doğan duygusal ve fiziksel boşluğu Katerina bir şekilde giderme yoluna gider. Bu noktada yaşıt olduğu, deli dolu, cesur ve yakışıklı

çiftlik işçisi Sergey devreye girer ve bir katalizör görevi üstlenir. Sergey kızın gönlüne girmek için onun yalnızlığını, güzelliğinin farkına varılmadığını ve can sıkıntısını bir araç olarak kullanırken evlenecek bir kız bulamadığını belirterek kendi yalnızlığının da altını çizerek, bir nevi kader yoldaşı olduklarını ima eder:

*“Kiminle evleneyim ki burada! Ehemmiyetsiz bir insanım sonuçta, bey kızı bana varmaz, bizim yoksullarda da, Katerina Lvovna, kendiniz de bilirsiniz, cehalet diz boyu. Aşktan anlayabilirler mi ki onlar? Zenginlerin hali de malumunuz. Mesela sizin, akli başında her adamın gönlüne avuntu vermeniz gerekirken, halinize bir bakın, kafeste kanarya gibi tutuyorlar sizi burada.”* (Leskov, 2012: 18).

Kayınpeder Boris Timofeyiç, Katerina'nın sevgilisi olduğunu öğrenince oğlunun bu yasak ilişkide bir kabahati olmadığını düşünür ve bu olayın temelinde 'kiliseye bile gitmeyen' genç kadının ahlaksızlığının yattığından emindir: *“Şunu bilesin, kocan gelince senin gibi namuslu hanımın derisini ahırda kendi ellerimizle yüzeceğiz, o alçağı da yarın mahpushaneye göndereceğim.”* (Leskov, 2012: 23) diyerek soylu sınıfın acımasız iradesini ve anlayışsızlığını gözler önüne serer. Katerina, Sergey'e ve kendine büyük zarar vereceği, onlara işkence edeceğini anladığı için kayınpederin yemeğine fare zehri katar: *“Kadın kahraman işlediği suçun ardından en ufak bir pişmanlık ya da vicdan azabı duymadığı gibi bu cinayeti sevgisine ve Sergey'le birlikte olma ihtiyacına bağlar”* (Suharyeva, 2020: 936). Zaten yaşlı biri olduğu için adamın ölümü kimsede kuşku uyandırmaz. Katerina sevgilisiyle doyasıya aşkına devam eder ve artık daha da özgürdür:

*“Bu işin üstesinden alınının akıyla gelen Katerina Lvovna büsbütün kırdı zincirlerini. Zaten ensesine vur, lokmasını al denilen türde kadınlardan değildi, şimdiyse aklına ne koyduğunu çözmek hepten imkansız bir hal almıştı; ortalıkta kasım kasım kasılarak geziyor, evdeki tüm işleri yönetiyor, Sergey'i yanından bir an olsun ayırmıyordu”* (Leskov, 2012: 25).

Sistemik ve rasyonel hareketlerle amacına ulaşmaya çalışan Sergey aşk sözleriyle, onu eşinden kıskandığını gösteren hareketleriyle ve evlenme vaadiyle Katerina'yı kendine tamamen âşık eder:

*“Katerina Lvovna'nın ayaklarını yerden kesmişti. Sergey'in uğruna ateşi ve suyu, zindanı ve çarmıhtı göze almıştı artık. Onu öyle bir âşık etmişti ki kendine Sergey, Katerina Lvovna'nın bağlılığı sınır tanımayacaktı bundan böyle. Mutluluktan çılgına dönmüştü Katerina Lvovna, kanı kaynıyordu ve bir kelime daha dinleyecek durumda değildi.”* (Leskov, 2012: 35).

... Katerina kayınpederini öldürdükten sonra içinde gri iri bir kedinin olduğu kâbuslar görmeye başlar. İşlediği cinayet nedeniyle yozlaşmaya yüz tutmaya başlayan ruhu benliğine bu şekilde nüfuz eder ve sevgilisiyle arasına giren rüyalarındaki bu kedi “*Ben tüccar Boris Timofeyiç'im*” der: “*Şimdilerde tek eksiğim, gelinceğimizizin ikramından sonra çat diye çatlayıveren bağırsaklarım. Ondan böyle küçücük kaldım ya, gerçekte neyin nesi olduğuma akli ermeyene kedi gibi görünüyorum.*” (Leskov, 2012: 37). Bu noktada kedi sembolüne dikkat etmek gerekir. Çoğu zaman kedi, insan dünyasıyla öteki dünya arasında bir rehber rolü oynar. Batıl inançlara göre, kedi sembolü hem dünyalar arasında bir bağlantı hem de bir kurban demektir. Bir diğer Rus yazar N. V. Gogol’ün (1809-1852) *Eski Zaman Beyleri* (Смаросветские помещики, 1835) adlı uzun öyküsünde de kedi sembolü aynı işlevi görür. Eserin yaşlı kadın başkahramanı Pulheriya İvanovna'nın çok sevdiği gri kedisi sokak kedilerinin yanına gitmek için ormana kaçar. Ortadan bir anda kaybolan bu gri kedi yaşlı kadının rüyasına girer. Pulheriya İvanovna bunun yakında gerçekleşecek bir ölümün habercisi olduğunu düşünür. Ölümün kendisine gri bir kedi şeklinde görüldüğüne içten inanır ve çok geçmeden hastalanarak can verir (Gogol, 2010: 18-22). Leskov da aynı şekilde ölüm olgusunu kedi sembolüyle göstererek eserin devamında gerçekleşecek ölümler/cinayetler için okuyucusuna ön bilgi verir.

Ardı sıra geceleri gördüğü bu kâbuslardan biri Katerina'nın gece yarısı aniden uyanmasına ve eşi Zinoviy Borisıç'ın geldiğini anlamasına sebep olur. Sergey'i yataktan aceleyle kaldırıp saklanmasını ister ve yatakta yalnız yatıyor görüntüsü verir. Her şeyin farkında olan Zinoviy Borisıç'ı Sergey'le birlikte öldürürler ve tüm delilleri yok ederek adamın cesedini kimsenin bulamayacağı bodruma gömerler. Bu arada Katerina hamile kalır ve hiçbir iz bırakmadan ortadan kaybolan eşinin tüm malvarlığının ve işinin başına geçer. Ancak Livni'dan gelen Zinoviy Borisıç'ın küçük yeğeninin her şeye ortak olacağını öğrenince Sergey gerçek yüzünü göstermeye başlar:

“*Şimdi her şey paylaşılacak. İş kuşa döndükten sonra ne kalacak ki geriye yönetecek? (...). Ben sizi gerçek bir hanımefendi gibi görmeyi arzuladıydım, bundan evvel yaşadığınız şekilde değil. Ama şimdi tam tersi oluyor, zira sermaye küçüldü müydü sizinle ikimiz eskisinden bile daha aşağı konuma düşeceğiz. (...) Ancak ben kendi hesabıma zannediyorum ki bu koşullar halinde asla mutlu olamam.*” (Leskov, 2012: 51).

Küçük Fedya olmasa, Katerina Lvovna eşinden olarak göstereceği bebeğini doğurduktan sonra tüm servete sahip olabilecektir: “*Nasıl olur? Sahiden de onun (Fedya'nın- M. Ö.) yüzünden servetten mahrum mu olacağım şimdi? O kadar acı çektim, o kadar günaha girdim.*” diye düşünür Katerina (Leskov, 2012: 53). Küçük Fedya hastalanıp suçüçeği çıkarınca onunla Katerina ilgilenir.

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

Çocuk biraz iyileşmeye başladığında ninesi kiliseye gider ve göz kulak olması için onu Katerina'ya emanet eder. Ancak Katerina zengin olma umudu ve Sergey'le birlikte mutlu bir yaşam geçirme hayaliyle Fedya'yı yastıkla boğarak öldürürken yine Sergey ona yardım eder. Onları suçüstü gören kişiler sayesinde Katerina ve Sergey kürek mahkûmu olur. Büyük tutkusu bir lanete dönüşen âşık Katerina, sürgün yolundaki zor şartlar altında bile Sergey'le aynı yerde olduğu için mutludur. Ancak Sergey umduğunu bulamadığı Katerina'ya ilgisini tamamen yitirir ve kafiledeki başka kadınlara kur yapmaya başlar ve karnında çocuğunu taşıyan kadına: "Öncelikle şunu aklına sok, ben Zinoviy Borisîç değilim, dahası artık senin tüccarlığının da pek esamesi okunuyor sayılmaz, o yüzden fazla havalanmamamı rica edeceğim. Arlı arından, huylu huyundan vazgeçmez." (Leskov, 2012: 73) diyerek ilişkisine nokta koymak ister. Kadınlık gururu kırılan Katerina, Sergey'in kafiledeki Sonatka adlı kıza aşk şarkısı söylerken görür. Uğruna cinayetler işlediği, kendisine tamamen bağlandığı adamın bu onur kırıcı hareketi nedeniyle ruhsal açıdan bir kez daha çok büyük bir yıkıma uğrar. Feribotla yolculuk ederken tüm ruh dünyası nehrin dalgası gibi kırılmanlık gösterir: "Ve işte kırılıverdi bir dalganın içinde ansızın Boris Timofeyiç'in morarmış kafasını gördü, bir diğerinin içinden kocası bakındı ve küçük başını eğmiş Fedya'ya sarılarak sallanmaya koyuldu. Katerina Lvovna bir dua anımsamaya çalışıyor, dudaklarını kıpırdatıyordu." (Leskov, 2012: 82). Bu noktada, dine hep kayıtsız kalan Katerina'nın kendi ölümü yaklaştıkça manevi değerlere sarılma ihtiyacı duyduğu ve pişmanlığı göze çarpar. Çünkü bu yaşadıklarından hemen sonra bacaklarından tutup beraber atladığı Sonetka'yla Volga Nehri'nin azgın dalgalarına kapılır: "İkisi de bir daha görünmedi." (Leskov, 2012: 83). Sevdiği adam uğruna tam dört cinayet işleyen ancak bir türlü gerçek aşkı yakalayamayan Katerina sonunda intihar ederek yaşamına son verir.

## 2. Lady Macbeth Filmi

Bu uyarılma filmin ana hatları şu şekildedir: Yönetmen koltuğunda oturan William Oldroyd'un seksen dokuz dakika süren bu çalışmasında Katherine rolünü Florence Pugh, Sebastian rolünü Cosmo Jarvis, Alexandr rolünü Paul Hilton, Boris rolünü Christopher Fairbank, Anna rolünü Naomi Ackie ve Teddy rolünü Anton Palmer oynar. Öyküyü senaryoya Alice Birch aktarırken film müziğini Dan Jones düzenler ("Lady Macbeth, Full Cast & Crew", 2016).

2016 yılında Toronto Uluslararası Film Festivali'ne katılan ve galası gerçekleştirilen *Lady Macbeth*, 2017 yılında tüm dünyada izleyicilerle buluşur. Toplam beş milyon dolar hasılat yapan bu dramatik filmde



... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

Katherine rolünü oynayan Florence Pugh “En iyi kadın oyuncu” dalında ulusal ve uluslararası birçok ödüle layık görülür.

*Lady Macbeth*, İngiltere’de Viktorya Dönemi’nde (1837-1901) geçen ve kadınların sosyal yaşamlarındaki katı davranış kurallarına da göndermelerde bulunan bir filmidir. Doğa manzaralarının ön planda olduğu bu filmde pastoral bir hava hakimdir. Genç bir kadın olan Katherine 1865 yılında kendinden oldukça büyük varlıklı bir adamla sırf parası için kendi rızası olmadan evlendirilir. Katherine’e hep mesafeli duran eşi Alexandr fiziksel anlamda da onunla hiç beraber olmaz. Katı kuralların ve duyarsızlığın hüküm sürdüğü bu varlıklı tüccarın evinde genç kadının dışarıya çıkmasına ve ortalarda görünmesine izin verilmez. Katherine böyle sıkı bir disiplin içindeyken siyah tenli çiftlik işçisi Sebastian’la tanışır ve gerçek aşkın peşinden koşmaya başlar. Genç kadın, aşkı, maddi ve manevi özgürlüğü uğruna sevgilisiyle birlikte üst üste cinayetler işler. İşledikleri son cinayetin ardından sevgilisi büyük vicdan azabı çeker ve yaptıklarını polise anlatır. Ancak siyah tenli olması nedeniyle polis Sebastian’ın değil Katherine’nin söylediklerini dikkate alır. Katherine kendi suçunu diğer siyah tenli olan hizmetçi Anna’nın üstüne atar. Masum hizmetçi Anna ile çiftlik işçisi âşık Sebastian sürgüne gönderilir. Belirttiğimiz bu noktalar dışında film, öyküyle aynı düzlemde senkronize biçimde ilerler.

### 3. Öykü’yle Film Arasında Farklılıklar

ÖYKÜ		FİLM
Kadın kahraman:	* Katerina Lvovna İzmaylova	* Katherine Lester
Kadın kahramanın eşi:	* Zinoviý Borisıç İzmaylov	* Alexandr Lester
Kadın kahramanın sevgilisi:	* Sergey Filipıç	* Sebastian
* Olay Rusya’da geçer.		* Olay İngiltere’de geçer.
* Zinoviý Borisıç’in değirmeni ve bahçeleri vardır.		* Alexandr Lester’in maden ocağı vardır.
* Zinoviý Borisıç uzaklarda bulunan değirmenin bendinde çökme olduğu haberini alınca aniden gitmek zorunda kalır.		* Alexandr Lester uzaklarda bulunan maden ocağında göçük olduğu haberini alınca gitmek zorunda kalır.
* Katerina aşçı Aksinya’yla alay edilirken yeni gelen çiftlik işçisi Sergey’le ilk kez karşılaşır ve aralarında geçen küçük bir laf dalaşından sonra fiziksel temas kurulur.		* Katherine hizmetçi Anna’yla alay edilirken yeni gelen çiftlik işçisi Sebastian’la ilk kez karşılaşır ve doğrudan fiziksel temas kurulur.
* Sergey yakışıklı, genç, cesur, çapkın, üçkağıtçı, züppe ve para peşinde koşan bir karakterdir.		* Sebastian yakışıklı, genç, cesur, paraya önem vermeyen, aşk peşinde koşan oldukça duygusal bir karakterdir.
* Sergey Katerina’nın odasına kitap isteme bahanesiyle girer ve kızın yalnızlığını fark edip âşktan dem vurur.		* Sebastian eve kimse olmadığını anlayınca doğrudan kızın odasına girip ona aşkını itiraf eder.
* Katerina Lvovna bir çocuğu olmadığı için üzgün olduğunu belirtir.		* Katherine’in çocuk yapma düşüncesi yoktur, kayınpederi ona bu konuda baskı yapar.
* Katerina Sergey’le birlikte olmamak için direnir.		* Katherine Sebastian’ın onu öpmesiyle kendini hemen bırakır.



* Kayınpeder Boris Timofeyiç, Katerina'yla Sergey'i birlikteyken yakalar. Sergey'i kırbaçlayarak ve yara bere içindeki haline bakmadan bodrumda kilitleyerek cezalandırır.	* Hizmetçi Anna onların birlikte olduğunu görür. Kayınpeder bu durumu Anna'dan öğrenince Sebastian'ı uzun süre kemeriyle döverek ve bodrum kapısını üstüne kilitleyerek cezalandırır.
* Kahvaltı ve yemek betimi yoktur.	* Kayınpeder yemek sırasında içki getirmediği gerekçesiyle hizmetçi Anna'yı Katherine'nin gözü önünde rencide eder. Oysa Anna tüm içkiyi sevgilisiyle tüketen Katherine'yi gammazlamaz.
* Kayınpeder Boris Timofeyiç gece yatarken yediği lapa ve mantardan dolayı sabah ölü bulunur.	* Kayınpeder Boris sabah hizmetçi Anna'nın hazırladığı mantar yemeğinden sonra gelininin ve hizmetçinin gözü önünde ölür.
* Katerina işlediği cinayetin ardından kâbuslar görür. Gri renkli irice bir kedi Katerina'nın kâbusunda ortaya çıkar ve kayınpederi olduğunu söyler.	* Katherine hiç kâbus görmez. Evlerinde yaşayan sarı renkli gerçek bir küçük kedi vardır.
* Eşi Zınoviy Borisç bir at arabası kiralar ve geceleyin şehre üç verst kala yürüyerek evin yolunu tutar.	* Eşi Alexandr kendi atıyla geceleyin evine gelir.
* Eşi Zınoviy Borisç gece yarısı aniden gelince semaveri yakmaya gider, saklanan sevgilisi Sergey'in yanına uğrar. Boris bir yanda çayını içerken diğer yanda eşini sorguya çeker. Boris'in ağır sözlerine Katerina katlanamaz ve Sergey'le birlikte adamı yatak odasında öldürürler. Ayrıca Katerina eşinin içtiği çaya da zehir katmıştır.	* Eşi Alexandr gece yarısı aniden gelince Sebastian'ı yan odaya saklar. Eşiyle arasında uzun bir konuşma geçmeden sevgilisini ona gösterir ve birlikte Aleksandr'a saldırıp öldürürler.
* Zınoviy Borisç'in cesedini taş kilerin altındaki bodruma gömerler.	* Alexandr'ın cesedini evin uzağındaki ormanlık alana gömerler. Hiçbir iz kalmaması diye Katherine eşinin atını da orada vurarak öldürür.
* Sergey işlenen cinayetlerden rahatsızlık duymaz ve zengin olacağı hayaliyle Katerina'yı daha da manipüle eder.	* Sebastian tüm bu yaşananlardan çok rahatsız olur ancak yine de duyduğu aşktan Katherine'le ilişkisini bitirmez.
* Yaşlı bir kadın, Zınoviy Borisç'in Fyodor Zaharov Lyamin adında küçük yeğeni olduğunu ve Fedya'nın tüm malvarlığına ve işlerine ortak olması gerektiği iddiasıyla Livni'dan gelir.	* Yaşlı bir kadın Alexandr'ın kendi kızından çocuğu olduğunu iddia ettiği Teddy adında küçük torunuyla Katherine'nin evine yerleşir.
* Fedya'nın ninesi bayram nedeniyle kiliseye gider ve suççeği çıkararak çocuğu Katerina'ya emanet eder. Fedya hasta yatağında aziz hikâyeleri okur ve ninesinin kiliseden kutsanmış ekmek getirmesini bekler.	* Küçük çocuk bahçede oyun oynarken gözden kaybolur, derenin kenarında yalnız ve bitkin halde otururken Sebastian onu bulur.
* Katerina çocuğun yalnız olduğundan faydalanıp bir anda yastığıyla çocuğun yüzüne bastırarak öldürür. Sergey de çırpınmasın diye çocuğun ayaklarını tutar.	* Katherine Teddy'nin yalnız kaldığı gece sevgilisiyle çocuğu yastıkla aynı şekilde boğarak öldürür.
* Kiliseye giden bir grup genç Katerina'yla Sergey'in ne yaptığını gözlemek için gizlice pencereden bakarlar. Tam bu sırada küçük Fedya'yı boğduklarına tanık olurlar.	* Sabah çocuğun cansız bedenini bulunca polis şefi olayı araştırmak ister. Eve gelen doktor Teddy'deki darb izlerini fark eder.
* Tüm suçlarını itiraf eden Katerina ve Sergey kürek cezasına çarptırılır.	* Katherine çocuğun hastalıktan dolayı ölmüş olabileceğini söylerken Sebastian vicdan azabıyla hem çocuğu hem de Alexandr'ı beraber öldürdüklerini itiraf eder.
* Sergey artık hiçbir şeyi kalmayan Katerina'yla birlikte olmak istemez ve Sonetka adında mahkûmla ilişkiye başlar. Ancak Katerina ayrılığı ve Sergey'in ikiyüzlülüğünü, yalancılığını sindiremez. Bir fırsatını bulup Sonetka'nın bacaklarından tutarak Volga Nehri'ne atlar. Öykü, Katerina'nın bu son cinayeti işlemesi ve intihar etmesiyle sona erer.	* Katherine kurnazlık yapıp cinayetleri hizmetçi Anna ve Sebastian'ın üstüne atar. Kendisi işlediği bütün suçlardan sıyrılır ve tüm servetin tek sahibi olur. Film bu noktada sona erer.

**Sonuç**

Leskov'un 1865 yılında kaleme aldığı bu uzun öyküyü İngiliz William Oldroyd 2016 yılında dramatik tarzda dönem filmi olarak kameraya alır. Öyküyle filmi karşılaştırdığımız bu çalışmada görüleceği üzere her iki eser büyük oranda benzerlikler taşır. Filmde rol alan tüm oyuncular öyküde betimlenen karakterlerin fiziksel ve ruhsal özellikleriyle birebir uyum içindedir. Olay örgüsü, kronoloji ve betimlemeler aynı öyküdeki şekliyle yansıtılır. Göze çarpan en farklı nokta öyküde bulunmayan hizmetçi Anna'nın filmde kilit rol oynamasıdır. Sebastian karakteri de Sergey'in tam karşısında durur. Öyküde dört insanı öldüren Katerina, filmde de üçü insan biri at olmak üzere yine dört cinayet işler. Öyküde Katerina doğurduğu çocukla hiç ilgilenmezken filmde çocuğun doğup doğmadığına tanık olmayız. Öyküde kürek cezasının anlatıldığı ikinci final bölümü filmde yer almaz. Öykü Katerina'nın intiharıyla sona ererken filmde Katherine'nin zaferi söz konusudur. Bu noktada iki eserin aşk konusuna bakış açısını değerlendirmek gerekir. Öyküde âşık olan Katerina'dır ve genç kadının yaşamı ölümle noktalanırken filmde âşık olan Sebastian'dır ve genç adamın yaşamı bir mahkûm olarak devam eder. Masum hizmetçi Anna'ysa yaşadığı dönemin ve içinde bulunduğu sınıfın karakteristik gereği hanımının tüm suçlarını üstlenmeyi kendine görev bilir. Hem Anna hem de Sebastian'ın siyah tenli ve yoksul olmaları sonlarının sürgünle bitmesinin en göze çarpan nedenidir. Coğrafya ve dil farklı olsa da XIX. yüzyılda Rusya ile İngiltere arasındaki sosyolojik benzerlikler, sınıf farklılıkları gerçeği, kadın-erkek ilişkilerinin boyutu, dini değerler, aşkın gücü gibi evrensel konuların aynı düzlemde geçerliliğini korumakta olduğu açıkça görülür. Aynı zamanda 'medyalar arasılığın' (intermedialnost) bir sonucu olarak, Leskov ve onun bu çarpıcı eseri uyarılama *Lady Macbeth* filmi sayesinde adını tüm dünyada yeniden duyurur.

**KAYNAKÇA**

- Gogol, N. V. (2010). *Taras Bulba ve Mirgorod Öyküleri*, 1. Baskı, (Ergin Altay, Çev.). İstanbul: İş Bankası Kültür.
- Lady Macbeth, Full Cast & Crew. (2016). Erişim (03.01.2021): [https://www.imdb.com/title/tt4291600/fullcredits?ref\\_=tt\\_ql\\_1](https://www.imdb.com/title/tt4291600/fullcredits?ref_=tt_ql_1).
- Leskov, N. S. (2012). *Mtsensk İlçesi'nin Lady Macbeth'i*, (Günay Çetao Kızılırmak, Çev.). İstanbul: Okuyan Us.
- Makarova, Ye. A. (2010). "Drevnerusskiy Prolog v Kruge Çteniya N. S. Leskova i L. N. Tolstogo", *Lev Tolstoy i Vremya*. Tomsk: İzd. Tomskogo Universiteta, s. 40-50.
- Startseva, N. M. (2018). "Sudbi i Harakteri Katerini İzmaylovoy i Anisiy Kak Otrajeniye Predstavleniy N. S. Leskova i L. N. Tolstogo o Prirode i Suşçnosti Greha". *Universitet XXI Veka: Nauçnoye İzmereniye*, Tula, s. 188-191.
- Suharyeva, İ. (2020). "Analiz Obraza Glavnoy Geroini Kak Put İzuçeniya Povesti N. S. Leskova "Ledi Makbet Mtsenskogo Uyezda" v VUZe". *Mejdunarodnaya Nauçno-Praktičeskaya Konferentsiya Prepodavateley, Aspirantov i Studentov: Yazık v Şfere Professionalnoy Kommunikatsii*, s. 926-941.
- Yıldız Kayadevir, R. (2019). "Uyarılama Sinema Filmleri Üzerine Bir Sorgulama: Sinema Seyircilerinin Okuma Pratikleri". *SineFilozofi Dergisi*, 2019 Özel Sayı, s. 453-473.

**HEMŞİRELİK ÖĞRENCİLERİNE SİBER ZORBALIĞA YÖNELİK UYGULANAN GÖRSEL EĞİTİM, SİBER ZORBALIK EĞİLİMİNİ ETKİLER Mİ?****Arş. Gör. Dr. Cansu KOŞAR ŞAHİN\*****Arş. Gör. Dr. Esin SEVGİ DOĞAN\*\*****Arş. Gör. Dilan DENİZ AKAN\*\*\*****Doç. Dr. Özden DEDELİ ÇAYDAM\*\*\*\*****Prof. Dr. Sezgi ÇINAR PAKYÜZ\*\*\*\*\*****ÖZET**

**Giriş:** Ülkemizde internet güvenliğinin artırılması, bu konunun gençler arasındaki durumuna ilişkin tespit yapılması, farklı eğitim ve uygulama teknikleriyle farkındalığın sağlanması ve tutumun iyileştirilmesi sanal zorbalığın ve mağduriyetin azaltılması açısından önem taşımaktadır.

**Amaç:** Bu araştırmanın amacı; hemşirelik bölümü öğrencilerine uygulanan görsel eğitimin siber zorbalık eğilimine etkisini değerlendirmektir.

**Yöntem:** Yarı deneysel araştırma desenine uygun olarak gerçekleştirilen bu araştırmanın evrenini Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi (MCBÜ SBF) Hemşirelik Bölümü'nde eğitim alan tüm ikinci sınıf öğrenciler oluştururken; örneklemini; MCBÜ SBF Hemşirelik bölümünde eğitim alan ve çalışmaya katılmayı gönüllü olarak kabul eden 115 ikinci sınıf öğrencisi oluşturmuştur. Veriler tanıtıcı özellikler formu ve siber zorbalık tutum ölçeği ile toplanmıştır. Araştırmanın yürütülebilmesi için MCBÜ Sağlık Bilimleri Etik Kurulu'ndan ve MCBÜ SBF'den yazılı izinler alınmış olup veri toplama aşamasında araştırmaya katılmaya karar veren öğrencilerden yazılı olarak bilgilendirilmiş gönüllü olur formu alınmıştır. Araştırma sürecinde öğrenciler ile üç defa görüşülmüş, eğitim video destekli gerçekleştirilmiştir. Eğitim materyali olarak kullanılan videoların izinleri de ilgili kurumlardan yazışma yoluyla alınmıştır.

**Bulgular:** Araştırmaya katılmayı gönüllü olarak kabul eden ikinci sınıf öğrencilerinin yaş ortalaması 20,02±1,37 olup, örneklemin çoğunluğu (%51,3) internete erişim sağladıkları yeri sadece cep telefonu olarak ifade etmişlerdir. Örneklemin %30,4'ü siber zorbalığa maruz kaldığını; %7'si ise siber zorbalık uyguladığını belirtmiştir. Siber zorbalığa maruz kalan 36 öğrencinin, 29'u kadın iken; siber zorbalık uygulayan yedi öğrencinin beşinin erkek olduğu saptanmıştır. Uygulanan eğitimin (video destekli siber zorbalık eğitimi), örneklem grubunda siber zorbalığa yönelik tutum üzerinde 0,391, kimlik gizleme üzerinde 0,445'lik bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Keyif, onaylama ve endişe alt boyutlarındaki etkinliğin ise düşük olduğu saptanmıştır (EB=0,070; 0,094; 0,018).

**Sonuçlar:** Araştırma bulgularımız ışığında video destekli siber zorbalık eğitiminin siber zorbalığa yönelik tutumu iyileştirmede özellikle eğitimden sonraki üç aylık sürede etkinliğinin olduğu söylenebilmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Siber zorbalık, sanal, tutum, eğitim, video.

\* Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Hemşirelik Bölümü, ORCID ID: 0000-0003-2366-3977, cansukosar@hotmail.com

\*\* Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Hemşirelik Bölümü, ORCID ID: 0000-0003-0301-3062, esinsevgi1990@hotmail.com

\*\*\* Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Hemşirelik Bölümü, ORCID ID: 0000-0002-8258-8658, deniz.dilan91@gmail.com

\*\*\*\* Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Hemşirelik Bölümü, ORCID ID: 0000-0003-0558-9400, ozdendedeli@yahoo.co.uk

\*\*\*\*\* Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Hemşirelik Bölümü, ORCID ID: 0000-0002-6598-8801, sezcinar@hotmail.com

**DOES VISUAL EDUCATION FOR CYBER BULLYING APPLIED TO NURSING STUDENTS, AFFECT THE CYBER BULLYING TENDENCY?****ABSTRACT**

**Background:** Increasing internet security in our country, determining the situation of this issue among young people, raising awareness with different education and application techniques and improving attitude are important in terms of reducing cyber bullying and victimization.

**Objectives:** The aim of this research; to evaluate the effect of visual education applied to nursing students on cyberbullying tendency.

**Methods:** While the population of this research, which was carried out in accordance with the quasi-experimental research design was formed by all second-year students studying in Manisa Celal Bayar University Faculty of Health Sciences (MCBU FHS) Nursing Department; sample; It consisted of 115 students who were studying in MCBU FHS Nursing Department and voluntarily accepted to participate in the study. Data were collected by introductory features form and cyber bullying attitude scale. Written permissions were obtained from MCBU Health Sciences Ethics Committee and MCBU HSF in order to carry out the study, and a written informed consent form was obtained from the students who decided to participate in the research during the data collection phase. During the research process, students were interviewed three times, and the training was carried out with video support. The permissions of the videos used as educational material were obtained from the relevant institutions by correspondence.

**Results:** The average age of the second grade students who voluntarily accepted to participate in the study was  $20.02 \pm 1.37$ , and the majority of the sample (51.3%) stated the place where they accessed the internet only as mobile phone. While 30.4% of the sample stated that they were exposed to cyberbullying; 7% of them stated that they had cyberbullying. While 29 of 36 students who were exposed to cyberbullying were women; Five of the seven students who implement cyberbullying were determined to be male. It was observed that the training applied had an effect of 0.391 on attitude towards cyberbullying and 0.445 on identity concealment in the sample group. The effectiveness in the pleasure, approval, and anxiety sub-dimensions was found to be low. (ES=0,070; 0,094; 0,018).

**Conclusions:** In the light of our research findings, it can be said that video-assisted cyberbullying training is effective in improving attitudes towards cyberbullying, especially in the three-month period after the training.

**Keywords:** Cyberbullying, virtual, attitude, education, video.

## 1. GİRİŞ

Günümüzde teknolojinin hızlı ilerlemesi sonucu internet kullanımı hayatımızın neredeyse her alanında fazlaca yer almaya başlamıştır. İletişimi arttırması, bilgi paylaşımını kolaylaştırması ve araştırmacıların olanaklarını arttırması internetin faydaları arasındadır (Deschamps ve Mcnutt, 2016; Korkmaz, 2016a). Ancak internetin hızlı yaygınlaşması ve internete erişimin kolaylaşması beraberinde birtakım sorunları da ortaya çıkarmaya başlamıştır. Kişisel bilgilerin istismarı, uygunsuz içeriklere maruz kalma şeklinde ortaya çıkan ve zorbalığın farklı bir şekli olan siber zorbalık da bunlardan biridir (Bauman and Bellmore, 2015; Smith, 2015; Deschamps ve Mcnutt, 2016). Siber Zorbalık iletişim teknolojilerini kullanarak bir birey ya da grup tarafından diğerlerine zarar vermek için tasarlanan kasıtlı, tekrarlanan ve düşmanca davranış içeren zorbalık türüdür. Bu tür bir zorbalık bilgi ve iletişim teknolojisi araçlarının yanlış biçimde kullanılmasından kaynaklanmaktadır (Deschamps ve Mcnutt, 2016; Olweus, 2017).

... Siber zorbalığın karakteristik özellikleri; kimliğin kolayca gizlenebilmesi, maruz kalınan zorbalığın kısa sürede pek çok kişi tarafından bilinmesi ve devamlılığının olması, cinselliğin daha kolay ve daha fazla kullanılabilmesi olarak sıralanabilir ve özellikle interneti en yoğun kullanan genç grupta fazlaca görülmektedir (Deschamps ve McNutt, 2016; Olweus, 2017; Watts, Wagner, Velasques ve Behrens, 2017). Gençlerin interneti bu kadar yoğun bir şekilde kullanmaları, kimliklerini gizleyebilmeleri ve internet ortamında bir denetim mekanizmasının olmaması bu sıkıntıları beraberinde getirmiştir (Deschamps ve McNutt, 2016; Korkmaz, 2016a). Smith (2015: 176), siber zorbalık eylemlerini; bireyi nedensiz olarak sohbetten çıkarmak veya ekleyip zor durumda bırakmak, cep telefonu ile utandırıcı fotoğraf çekmek ya da utandırıcı fotoğraflarını başkalarına göndermek veya web sitelerinde yayınlamak, cep telefonu veya e-posta yoluyla aşağılayıcı, onur kırıcı, kötüleyici, tehdit ve şiddet içerikli mesajlar göndermek ve özellikle sosyal medyada başkaları hakkında dedikodu yaymak şeklinde sıralamıştır. Ülkemizde, özellikle genç nüfusun yüksekliği, internet kullanımının giderek yaygınlaşması ve işsizlik nedenleriyle problemler internet kullanımı ve özellikle siber zorbalık için uygun bir zemin oluşmaktadır (Korkmaz, 2016a: 77).

Ülkemizde internet güvenliğinin artırılması, bu konunun gençler arasındaki durumuna ilişkin tespit yapılması, eğitim ve uygulamalarla farkındalığın artırılması sanal zorbalığın önlenmesi için önem taşımaktadır. Siber zorbalık ve mağduriyeti azaltmaya yönelik girişimlerin yer aldığı 24 araştırma ile yapılan bir meta-analiz sonuçlarına göre; uygulanan girişimler ile siber zorbalık uygulama oranlarının yaklaşık %10-15; siber zorbalık mağduriyetinin ise %14 oranında azaltılabildiği belirtilmiştir (Gaffney, Farrington, Espelage ve Ttofi, 2016: 22). Literatürde farklı girişimlerin siber zorbalık ve mağduriyet üzerine etkisinin incelendiği ve genellikle ilköğretim, ortaokul ve lise dönemindeki öğrenciler ile yürütülmüş olan çok sayıda araştırmaya rastlanırken, video destekli görsel eğitimin etkinliğini inceleyen ve üniversite eğitimi alan öğrenciler ile yürütülen kısıtlı sayıda araştırmanın olduğu görülmüştür. Araştırmamızın amacı; hemşirelik bölümü öğrencilerine uygulanan görsel eğitimin siber zorbalık eğilimine etkisini değerlendirmektir. Araştırmanın hipotezleri

H0: Hemşirelik bölümü ikinci sınıf öğrencilerine siber zorbalık hakkında uygulanan görsel eğitimin, siber zorbalığa yönelik tutum üzerine etkisi yoktur.

H1: Hemşirelik bölümü ikinci sınıf öğrencilerine siber zorbalık hakkında uygulanan görsel eğitimin, siber zorbalığa yönelik tutum üzerine etkisi vardır.

## 2. YÖNTEM

### 2.1. Araştırmanın Tipi

Bu çalışma yarı deneysel araştırma desenine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.

### 2.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini; Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Hemşirelik Bölümü'nde eğitim alan tüm ikinci sınıf öğrenciler oluşturmuştur.

Araştırmanın örneklemini; Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Hemşirelik bölümünde eğitim alan ve çalışmaya katılmayı gönüllü olarak kabul eden ikinci sınıf öğrencileri oluşturmuştur (n=115)

18 yaş ve üzeri olan, dil problemi olmayan, çalışmaya katılmayı gönüllü olarak kabul eden öğrenciler araştırmanın örneklemini oluştururken, çalışmaya katılmayı istemeyen öğrenciler araştırmanın dışında tutulmuştur.

### 2.3. Veri Toplama Araçları

#### 2.3.1. Tanıtıcı Özellikler Formu

Araştırmaya katılacak öğrencilerin sosyodemografik özelliklerini (yaş, cinsiyet), internet kullanımı ile ilgili özelliklerini (toplam internet kullanma yılı, bilgi iletişim teknolojilerine sahip olma durumu, internete erişim sağlanan yer, günlük internette geçirilen zaman, en sık ziyaret edilen internet siteleri) ve siber zorbalığa ilişkin özelliklerini (siber zorbalığa maruz kalma durumu, siber zorbalığa maruz kalma sayısı, siber zorbalık uygulama durumu) içermektedir. Araştırmacılar tarafından literatür taranarak oluşturulmuştur (Özdemir ve Filiz, 2011: 616-619; Fırat ve Ayran, 2016: 326-327; Semerci, 2017: 1291-1292; Süslü ve Oktay, 2018: 1882).

#### 2.3.2. Siber Zorbalık Tutum Ölçeği

Türkoğlu ve Arslan (2013) tarafından öğrencilerin siber zorbalık eğilimlerini ölçmek amacı ile geliştirilen "Siber Zorbalık Tutum Ölçeği" 5'li likert tipinde olup toplam 40 maddeden ve dört alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte "kesinlikle katılmıyorum" dan "katılmıyorum", "kararsızım", "katılıyorum", "tamamen katılıyorum" a kadar derecelendirilen olumlu ve olumsuz ifadeler bulunmaktadır. Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısının ölçeğin bütününde 0,925 iken; kimlik gizleme boyutu 0,884, keyif boyutu 0,882, onaylama boyutu 0,839, endişe boyutu 0,824 olduğu belirtilmiştir (Türkoğlu ve Arslan, 2013: 49). Bu çalışmadaki cronbach alfa katsayıları ise tüm ölçek için 0,73; kimlik gizleme ve keyif alt boyutları için 0,80; onaylama alt boyutu için 0,76 ve endişe alt boyutu için 0,80 olarak belirlenmiştir. Siber zorbalık tutum ölçeğinin puan aralığı en

düşük 42 en yüksek 210 iken, kimlik gizleme alt boyutu için 12-60; keyif alt boyutu için 10-50; onaylama alt boyutu için 12-60; endişe alt boyutu için 8-40 ve problemler internet kullanımı alt boyutu için 33-161 aralığındadır. Ölçek kullanım izni Türkoğlu'ndan mail yoluyla alınmıştır.

#### 2.4. Araştırmanın Etiği

Araştırmayı yürütebilmek için Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Etik Kurulu'ndan (Etik tarih: 24/10/ 2018 No: 20.478.486) ve Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi'nden yazılı izinler alınmıştır. Araştırmanın yürütülmesinde bilimsel ve evrensel etik ilkelere de uyulmuştur. Bu bağlamda araştırmada aydınlatılmış onam, özerklik, gizlilik ve gizliliğin korunması, hakkaniyet, zarar vermeme/yararlılık ilkeleri göz önünde tutulmuştur. Çalışmanın konusu, amacı ve araştırmadan sağlanacak yararlılıklar gibi konularda öğrencilere bilgi verilerek, araştırmaya katılmanın gönüllülük esasına dayandığı, istedikleri zaman araştırmayı bırakabilecekleri anlatılmıştır. Araştırmaya katılmayı kabul eden öğrencilere kendilerinden alınan bilgilerin, isimleri kullanılmamak şartıyla yalnızca bu araştırma için kullanılacağı ve başka amaçla kullanılmayacağı belirtilmiştir. Katılmaya karar veren öğrencilerden yazılı olarak bilgilendirilmiş gönüllü olur formu alınmıştır.

#### 2.5. Uygulanan Girişim

Araştırmaya katılmayı gönüllü olarak kabul eden hemşirelik bölümü ikinci sınıf öğrencileri ile üç görüşme gerçekleştirilmiştir. İlk görüşmede tanıtıcı özellikler formu ve Siber Zorbalık Tutum Ölçeği verilerek öğrencilerden dikkatli şekilde doldurmaları istenmiştir. Veri toplama araçları öğrenciler tarafından ortalama 15-20 dakika içerisinde doldurulmuştur. İlk görüşmeden bir ay sonra ikinci görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmede siber zorbalık hakkındaki farkındalığı arttırmaya yönelik görsel materyaller izletilmiş ve grupla siber zorbalık hakkında kısa bir görüşme gerçekleştirilmiştir. Ardından tekrar Siber Zorbalık Tutum Ölçeği'ni doldurmaları istenmiştir. İkinci görüşmeden üç ay sonra üçüncü görüşme gerçekleştirilmiştir. Aynı ölçekle tekrar değerlendirme yapılarak ikinci görüşmede uygulanan eğitimin siber zorbalık eğilimine yönelik etkisi incelenmiştir.

#### 2.6. Eğitim Materyallerinin İçeriği

Eğitim materyalleri olarak iki adet eğitim videosu kullanılmıştır. Videolar izletilmeden hemen öncesinde öğrencilerle kısa bir görüşme yapılmıştır. Bu görüşmede karşılıklı soru cevap şeklinde öğrencilerin siber zorbalığa yönelik bilgi durumları, düşünceleri tartışılmış, konu sözel olarak kısaca anlatılarak soruları yanıtlanmıştır. Videolar; siber zorbalığın ne olduğu, neleri içerdiği, en çok görüldüğü alanlar, görülme sıklığı, siber zorbalık hakkındaki farkındalığı arttırmaya yönelik

bilgilendirmeleri içermektedir. Video içeriklerini hazırlamış olan “Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu” ile “Sağlık ve Eğitim Vakfı”ndan yazılı izinler alınmıştır.

## 2.7. Verilerin Analizi

Yapılan bu araştırmada verilerin analizinde Statistical Packge for the Social Sciences (SPSS) 15 kullanılmıştır. Veriler; ortalama  $\pm$  SS ve frekans “%” olarak gösterilmiştir. Normal dağılıma uyan veriler arasında parametrik testler; normal dağılıma uymayan veriler arasında ise non parametrik testler kullanılmıştır.

Analizler normal dağılıma uyan parametrik verilerde bağımlı gruplarda ise paired t-testi ve normal dağılıma uymayan non parametrik verilerde bağımlı gruplarda Wilcoxon testi, ikiden fazla ölçüm durumunda; tekrarlayan ölçümlerde varyans analizi kullanılarak yapılmıştır. Uygulanan eğitim programının eğitimden üç ay sonra öğrenciler üzerinde siber zorbalığa yönelik tutum konusundaki etkinliğini değerlendirmek için etki büyüklüğü incelenmiştir. İstatistiksel değerlendirmede anlamlılık; % 5 hata payı ile  $p < 0,05$  düzeyinde kabul edilmiştir.

## 2.8. Araştırmanın Sınırlılıkları

Tek gruba yarı deneysel araştırma desenine uygun yürütülmüş olması araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Kontrol grubunun da yer aldığı iki veya üç grubun olduğu deneysel bir tasarımın kullanılması araştırmanın gücünü arttırmada literatür açısından daha yararlı olabilir.

## 3. BULGULAR

Araştırmaya katılmayı gönüllü olarak kabul eden ikinci sınıf öğrencilerinin yaş ortalaması  $20,02 \pm 1,37$  olup örneklemin %76,5’i kız öğrencilerden oluşmuştur. Tüm öğrenciler ortalama  $8,39 \pm 3,16$  yıldır internet kullanmakta olup en az iki, en fazla 16 yıldır internet kullandıklarını ifade etmişlerdir. Bilgi işlem teknolojilerinden sadece telefonu olduğunu ifade eden öğrenciler örneklemin %34,8’ini oluştururken, bilgisayar ve cep telefonu olan %36,5’ini, hem bilgisayar, hem cep telefonu hem de tableti olanlar %28,7’sini oluşturmuştur. Örneklemin çoğunluğu (%51,3) internete erişim sağladıkları yeri sadece cep telefonu olarak ifade etmişlerdir. Örneklem içinde internette geçirdiği zaman günde “3-4 saat (n=41, %35,6)” ve “5-6 saat (n=42, %36,5)” olanların sayılarının birbirine yakın olduğu sptanmıştır. Örneklemin %13,9’u ise internette yedi saat ve üzerinde zaman geçirdiğini belirtmiştir. En sık ziyaret edilen internet sitelerini sırayla %36,5 ile “sosyal medya+ödev+haber”; %31,3 ile hepsi ve %20,9 ile “sosyal medya+magazin+sohbet+oyun” oluşturmuştur (Tablo 1).



... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

**Tablo 1. Hemşirelik İkinci Sınıf Öğrencilerinin Sosyo Demografik ve İnternet Kullanımına İlişkin Özellikleri (n=115)**

		Ort. ± SS	Min.-max.
Yaş (yıl)		20,02±1,37	18-35
Toplam internet kullanma zamanı (yıl)		8,39±3,16	2-16 yıl
		N	%
Cinsiyet	Kadın	88	76,5
	Erkek	27	23,5
Bilgi işlem teknolojilerine sahip olma durumu	Cep telefonu	40	34,8
	Bilgisayar+cep telefonu	42	36,5
	Bilgisayar+cep telefonu+tablet	33	28,7
İnternete erişim sağlanan yer	Ev+okul	22	19,1
	Ev+cep telefonu	16	13,8
	Cep telefonu	59	51,3
	Ev+okul+cep telefonu	18	15,8
İnternette geçirilen zaman (saat)	0-2 saat	16	14
	3-4 saat	41	35,6
	5-6 saat	42	36,5
	7 saat ve üzeri	16	13,9
En sık ziyaret edilen internet siteleri	Haber+sohbet+oyun	13	11,3
	Sosyal medya+ödev+haber	42	36,5
	Sosyal medya+magazin+sohbet+oyun	24	20,9
	Hepsi	36	31,3

Örneklemin %30,4'ü siber zorbalığa maruz kaldığını; %7'si ise siber zorbalık uyguladığını belirtmiştir. Öğrencilerin siber zorbalığa maruz kalma sayısı ortalama 4,06±0,6 iken, siber zorbalığa maruz kaldığını belirtenler en az bir, en fazla 15 defa maruziyetlerinin olduğunu ifade etmişlerdir. Siber zorbalığa maruz kalan 36 öğrencinin, 29'u kadın iken; siber zorbalık uygulayan yedi öğrencinin beşinin erkek olduğu saptanmıştır (Tablo 2).

Tablo 2. Hemşirelik İkinci Sınıf Öğrencilerinin Siber Zorbalık ile İlgili Özellikleri (n=115)

		Ort. ± SS		Min.-max.		
Toplam siber zorbalığa maruz kalma sayısı		4,06±0,6		1-15 defa		
Siber zorbalığa maruz kalma durumu	Evet	n	%	Kadın	n	%
	Hayır	36	31,3	Erkek	29	25,21
Siber zorbalık uygulama durumu	Evet	79	68,7	Kadın	7	6,08
	Hayır	7	6,1	Erkek	2	1,74
	Evet	108	93,9	Erkek	5	4,36
	Hayır					

Hemşirelik ikinci sınıf öğrencilerinin internete erişim sağladıkları yere göre siber zorbalık tutum ölçeği birinci ve ikinci görüşmelerin puanlarına bakıldığında; internete erişim sağlanan yer ile siber zorbalık tutum ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır. Birinci ve ikinci görüşmede de gruplar içinde internete “ev+okul” dan bağlanan öğrenci grubunun siber zorbalık tutum ölçeği puan ortalaması en yüksek iken, internete “ev+okul+cep telefonu”ndan bağlanan öğrenci grubunun ölçek puan ortalamasının en düşük olduğu belirlenmiştir. İnternete erişim sağlanan yer ile kimlik gizleme alt boyutu ikinci görüşme puanı arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır. Bu alt boyutta internete “ev+okul” dan bağlanan öğrenci grubunun kimlik gizleme puan ortalaması en yüksek iken, “ev+cep telefonu” ndan bağlanan öğrenci grubunun kimlik gizleme alt boyut puan ortalamasının en düşük olduğu görülmüştür. İnternete erişim sağlanan yer ile keyif alt boyutu ikinci görüşme puanı arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır. Bu alt boyutta internete “ev+okul” dan bağlanan öğrenci grubunun keyif puan ortalaması en yüksek iken, “ev+cep telefonu” ndan bağlanan öğrenci grubunun keyif puan ortalamasının en düşük olduğu belirlenmiştir. İnternete erişim sağlanan yer ile endişe alt boyutu puan ortalamaları arasında hem birinci hem de üçüncü görüşmede istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır. Hem birinci hem üçüncü görüşmede internete “ev+okul” dan bağlanan öğrenci grubunun endişe alt boyutu puan ortalaması en yüksek iken, “ev+okul+cep telefonu”ndan bağlanan öğrenci grubunun endişe alt boyutu puan ortalamasının en düşük olduğu belirlenmiştir (Tablo 3).

Tablo 3. Hemşirelik İkinci Sınıf Öğrencilerinin İnternete Erişim Sağladıkları Yere Göre Siber Zorbalık Tutum Ölçeği ve Alt Boyut Puanlarının İncelenmesi (n=115)

		Ev+okul	Ev+cep telefon	Cep telefonu	Ev+okul+cep telefonu
SZTÖ-G1	X ± SS	196,6±10,46	191,80±16,00	192,03±11,94	184,61±18,82
	Anlamlılık	KW=2,528		p=0,04	
SZTÖ-G2	X ± SS	197,45±10,16	187,61±24,83	193,12±13,08	182,88±26,55
	Anlamlılık	KW=2,890		p=0,03	
SZTÖ-G3	X ± SS	192,88±15,17	180,91±30,77	186,80±18,04	178,83±28,78
	Anlamlılık	KW=1,674		p=0,178	
Kimlik gizleme-G1	X ± SS	56,59±3,54	54,26±5,79	55,25±4,90	54,88±5,14
	Anlamlılık	F=0,887		p=0,450	
Kimlik gizleme -G2	X ± SS	52,75±2,73	48,69±6,27	51,35±3,75	49,55±5,83
	Anlamlılık	KW=3,542		p=0,017	
Kimlik gizleme -G3	X ± SS	56,35±3,85	55,50±4,81	53,62±5,57	53,11±7,67
	Anlamlılık	F=1,203		p=0,313	
Keyif-G1	X ± SS	48,59±2,44	47,93±3,43	48,64±2,69	47,88±4,21

...	(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)				
	Anlamlılık		KW=0,662	p=0,577	
Keyif -G2	X ± SS	49,40±1,39	45,38±6,87	48,37±3,75	46,05±5,74
	Anlamlılık		<b>KW=4,583</b>	<b>p=0,005</b>	
Keyif -G3	X ± SS	49,11±2,47	47,00±4,00	46,78±4,38	45,95±4,85
	Anlamlılık		F=1,917	p=0,132	
Onaylama-G1	X ± SS	56,31±3,98	54,00±6,38	53,88±6,63	52,22±7,74
	Anlamlılık		KW=1,451	p=0,232	
Onaylama-G2	X ± SS	56,20±4,96	54,69±7,12	54,55±5,83	52,27±10,73
	Anlamlılık		KW=1,033	p=0,381	
Onaylama-G3	X ± SS	52,47±8,79	47,41±16,04	52,88±7,61	50,88±10,00
	Anlamlılık		F=1,323	p=0,272	
Endişe-G1	X ± SS	34,86±4,50	35,60±3,41	34,25±5,07	29,61±6,39
	Anlamlılık		<b>F=4,793</b>	<b>p=0,004</b>	
Endişe-G2	X ± SS	34,55±4,59	34,61±5,63	34,58±5,66	30,66±7,46
	Anlamlılık		F=2,250	p=0,087	
Endişe-G3	X ± SS	34,94±6,03	31,00±10,39	33,52±5,81	28,88±9,54
	Anlamlılık		<b>F=2,759</b>	<b>p=0,047</b>	

SZTÖ=Siber zorbalık tutum ölçeği, G=Görüşme

Siber zorbalık tutum ölçeği puanlarının birinci, ikinci ve üçüncü görüşmelerde sırayla 185,32±22,07, 191,31±17,75 ve 191,48±13,89 şeklinde olduğu belirlenmiştir. Birinci ve ikinci görüşme (p=0,000) ile ikinci ve üçüncü görüşme (p=0,000) arasında siber zorbalık tutum ölçeği puanları açısından anlamlı fark olduğu saptanmıştır. Kimlik gizleme alt boyutu puanları üç görüşmede sırayla; 50,92±4,52, 54,14±5,77 ve 55,29±4,81 olarak belirlenmiştir. Birinci ve ikinci görüşme (p=0,000), ikinci ve üçüncü görüşme (p=0,000) ile birinci ve üçüncü görüşme (p=0,000) arasında kimlik gizleme puanları açısından anlamlı fark olduğu ortaya çıkmıştır. Keyif alt boyutu puanlarının üç görüşmede sırasıyla; 47,03±4,21, 47,74±4,32 ve 48,37±3,04 şeklinde olduğu belirlenmiştir. Birinci ve üçüncü görüşme arasında (p=0,014) keyif alt boyutu puan ortalamaları açısından anlamlı fark olduğu görülmüştür. Onaylama alt boyut puanlarının üç görüşmede 51,64±10,05, 54,07±6,39 ve 54,43±6,90 şeklinde olduğu belirlenmiştir. İkinci ve üçüncü görüşme arasında (p=0,01) onaylama alt boyutu puan ortalamaları açısından anlamlı fark olduğu saptanmıştır. Endişe alt boyutu puanlarının üç görüşmede; 32,51±7,50, 33,73±5,34 ve 33,90±5,90 şeklinde olduğu belirlenmiştir. Birinci ve ikinci görüşme (p=0,000), ikinci ve üçüncü görüşme (p=0,000) ve birinci ve üçüncü görüşme (p=0,000) arasında endişe alt boyut puanları açısından anlamlı fark olduğu görülmüştür (Tablo 4).

Uygulanan eğitimin (video destekli siber zorbalık eğitimi), örneklem grubunda oluşturduğu etkinin büyüklüğüne bakıldığında; siber zorbalığa yönelik tutum üzerinde 0,391 ve kimlik gizleme üzerinde 0,445'lik bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Keyif, onaylama ve endişe alt boyutlarındaki etkinliğin düşük olduğu belirlenmiştir (EB=0,070; 0,094; 0,018), (Tablo 4).

**Tablo 4. Hemşirelik İkinci Sınıf Öğrencilerinin Birinci (0. ay), İkinci (1. ay) ve Üçüncü Görüşmelerde (4. ay) Alınan Siber Zorbalık Tutum Ölçeği ve Alt Boyut Puanları Arasındaki Farklar**

Ölçekler	İzlemler	Girişim Grubu					
		Ort. ± SS	İkili Karşılaştırmalar			Anlamlılık	
						F	p
SZTÖ	0.ay	185,32±22,07	G 1-2	Z=5,475	0,000	17,246	0,000
	1. ay	191,31±17,75	G 2-3	Z=6,676	0,000		
	4.ay	191,48±13,89	G 1-3	Z=1,184	0,236		
						EB=0,391	
Kimlik gizleme alt boyutu	0.ay	50,92±4,52	G 1-2	Z=6,834	0,000	35,362	0,000
	1. ay	54,14±5,77	G 2-3	Z=5,825	0,000		
	4.ay	55,29±4,81	G 1-3	t=123,131	0,000		
						EB=0,445	
Keyif alt boyutu	0.ay	47,03±4,21	G 1-2	Z=0,837	0,403	3,599	0,03
	1. ay	47,74±4,32	G 2-3	Z=1,367	0,172		
	4.ay	48,37±3,04	G 1-3	Z=2,450	0,014		
						EB=0,070	
Onaylama alt boyutu	0.ay	51,64±10,05	G 1-2	Z=1,390	0,165	4,972	0,009
	1. ay	54,07±6,39	G 2-3	Z=2,507	0,012		
	4.ay	54,43±6,90	G 1-3	Z=1,262	0,207		
						EB=0,094	
Endişe alt boyutu	0.ay	32,51±7,50	G 1-2	t=67,720	0,000	0,861	0,426
	1. ay	33,73±5,34	G 2-3	t=67,720	0,000		
	4.ay	33,90±5,90	G 1-3	t=59,705	0,000		
						EB=0,018	

SZTÖ=Siber zorbalık tutum ölçeği, G=Görüşme, EB=Etki büyüklüğü

#### 4. TARTIŞMA

Kendini savunamayan birine karşı bir kişi ya da grup tarafından uygulanan kasıtlı agresif davranışlar olarak karşımıza çıkan zorbalığın bir türü olan siber zorbalık doğası gereği haftalar, aylar ve bazen yıllarca sürebilen tekrarlayan tiptedir (Olweus, 2017). Araştırmalarda siber zorbalık davranışı prevelansının ülkeler arasında değişkenlik gösterdiği ve genellikle erkeklerde kızlara göre daha yaygın görüldüğü belirtilmektedir (Korkmaz, 2016b: 76; Kowalski, Limber ve McCord, 2019: 25). Bu araştırmada, öğrencilerin %31,3'ü siber zorbalığa maruz kaldığını belirtmiş, bunların da %25,21'inin kız öğrenci olduğu saptanmıştır. Siber zorbalık uyguladığını belirten yedi öğrencinin beşinin ise erkek olduğu belirlenmiştir. Eroğlu ve Peker'in (2015: 601) 345 lise öğrencisi ile yaptığı çalışmaya göre katılımcıların %7'sinin siber mağdur; %9'unun ise siber zorba olduğu, siber mağdur olanların %9,3'ünün kız, %4,9'unun erkek öğrenci; siber zorba olanların %9,8'inin erkek, %8'inin kız öğrenci olduğu belirtilmiştir. Korkmaz (2016b: 627, 629) lise öğrencileri ile yaptığı araştırmada kız öğrencilerin siber mağduriyet puanlarının erkek öğrencilerden yüksek olduğunu ve kız öğrencilerin daha çok siber zorbalıkla karşı karşıya kaldıklarını ifade etmiştir.

Bu araştırmada siber zorbalığa maruz kalma sayısı ortalama dört iken, öğrenciler en az bir en fazla 15 defa siber zorbalığa maruz kaldıklarını belirtmişlerdir. zdemir ve Akar (2011: 615) alışmalarında son bir ay içerisinde lise ğrencilerinin %9'unun bir defa, %3.6'sının bir iki defa, %0.9'unun çok kez siber zorbalığa maruz kaldığını; %3.3'nn bir defa, %2.4'nn bir iki defa, %2.4'ünün ise çok kez siber zorbalık uyguladığını belirtmiştir. Amerika'da (2015) adlesanlarla yapılan bir araştırmada gençlerin %4,6'sı geçen ay siber zorbalığa maruz kaldıklarını belirtmiştir (Waasdorp ve Bradshaw, 2015: 486). Kore'de yapılan bir araştırmaya göre; 4000 adölesanın %6,3' siber zorbalık uygulamış, %14,6'sı siber zorbalığa maruz kalmış, %13,1'i ise hem siber zorbalık uygulamış hem de maruz kalmıştır (Lee ve Shinn, 2017: 355). Çin'de bildirilen siber zorbalık mağduriyeti oranının % 14-57 arasında değiştiği, bildirilen siber zorbalık yapma durumunun ise % 3-35 arasında değiştiği gösterilmiştir (Chan ve Whong, 2015: 98). İngiltere'de 11-16 yaşları arasındaki 2745 bireyle yapılan çalışmada %29'unun siber zorbalığa maruz kaldığı, %1'inin ise siber zorbalık uyguladığı bildirilmiştir (Wolke, Lee ve Guy, 2017: 903). İrlanda'da 13-18 yaşları arasında olan 318 ğrenci ile yapılan araştırmada 31'inin siber zorbalığa maruz kaldığı ve bunların 29'unun erkek, 16'sının ise kız olduğu belirtilmiştir (Callaghan, Kelly ve Molcho, 2015: 202). Literatürde de görüldüğü üzere siber zorbalık uygulama ve mağduriyet prevelansları değişkenlik göstermektedir. Bu araştırmada ortaya çıkan siber mağduriyet oranının ise bazı yurtdışı ve özellikle Türkiye örneklemlerine göre daha yüksek seyrettiği görülmüştür. Araştırmamız rnekleme grubunu oluşturan niversite ğrencilerinin en önemli özelliğinin aileden ayrı yaşaması ve çoğunlukla cep telefonu yoluyla internete erişim kolaylığına sahip olmasının siber mağduriyet oranlarını etkileyen önemli bir faktör olduğu düşünülmektedir. Siber mağduriyet yaşayan ve uygulayan gruplardaki kız, erkek oranları ise literatür ile benzerlik göstermektedir.

Bu araştırmada hemşirelik ikinci sınıf ğrencilerinin internete erişim sağladıkları yere göre siber zorbalığa yönelik tutumları açısından görüşmeler arasında anlamlı farklar olduğu saptanmıştır. İnternete sadece ev ve okuldan bağlanan öğrencilerin siber zorbalık ve alt boyutları olan kimlik gizleme, keyif ve endişeye ilişkin tutumları daha iyi durumda iken; internete bağlanan yere "cep telefonunun olduğu her ortam" eklendiğinde siber zorbalık, kimlik gizleme, keyif ve endişeye yönelik tutum puanlarında düşmeler olduğu belirlenmiştir (Tablo 3). Bu bulguya göre; hemşirelik ikinci sınıf ğrencilerinde herhangi bir ortamdaki (ev ya da okul) cep telefonu ile internete erişme imkanına sahip olmanın siber zorbalığa yönelik tutumu olumsuz etkileyen bir durum olduğu söylenebilir. nver ve Koç'un (2016: 44) orta öğrenim gören öğrencilerle yaptığı çalışmada araştırma bulgularımızın aksine internete bağlanan mekan ile siber zorbalık arasında ilişki saptanmadığı belirtilmiştir. Semerci de (2017: 1292), lise öğrencileri ile yaptığı araştırmada siber zorba ve siber mağduriyet puanları ile internete bağlanma kaynakları arasında istatistiksel açıdan

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

anlamli bir fark olmadığını saptamıştır. Süslü ve Oktay (2018: 1888), lise ğrencilerinin internete bağlanma yerine göre, siber zorbalık puanlarında anlamli bir fark bulunmadığını; ancak internete bağlanma yerine göre, siber mağduriyet puanlarında anlamli bir fark olduğunu, internete cep telefonundan bağlanan öğrencilerin siber mağduriyet düzeylerinin daha yüksek olduğunu belirtmiştir. zdemir ve Akar (2011: 616) lise ğrencilerinde siber zorbalık vakalarının görece en fazla yařandđđı ikinci ortamın cep telefonu olduğunu belirtmiştir. Siber mağdur olduğunu belirten öğrenciler bunu ikinci en sık cep telefonu vasıtasıyla yařadıklarđını belirtmişlerdir. Literatürde cep telefonu yoluyla internete erişimin siber zorbalık üzerinde etkili olabildiği bulgusu açıkça ortaya koyulmuştur. Süslü ve Oktay ile zdemir ve Akar'ın araştırmaları internete bağlanılan yerin siber zorbalığa etkisi açısından araştırma bulgularımız ile benzerlik göstermektedir. Bu araştırmanın, literatürden farklı olarak niversite öğrencileri ile yürütülmesi ve siber zorbalığa yönelik tutumun incelenmesinin bu etkiyi oluşturduğu düşünülmektedir.

Siber zorbalık ve mağduriyetin farklı popülasyonlardaki prevalansının saptanması önem taşımaktadır. Ancak bir o kadar önemli olan diğer durum da farklı girişimlerin zorbalık ve mağduriyeti azaltmadaki etkinliğinin değerlendirilmesidir. Bu araştırmada, görüşmeler arasında siber zorbalığa yönelik tutum, kimlik gizleme, keyif, onaylama ve endişe alt boyutları açısından anlamli farkların saptanması, uygulanan görsel eğitimin ölçek ile alt boyutlarında ve görüşmelerin çoğu üzerinde etkili olduğunu göstermektedir (Tablo 4). Etki büyüklüğü değerleri incelendiğinde ise video destekli siber zorbalık eğitiminin, üç aylık sürede örneklem grubu üzerinde siber zorbalığa yönelik tutum ( $\eta^2=0,391$ ) ve kimlik gizleme ( $\eta^2=0,44$ ) açısından yüksek etki büyüklüğüne sahip olduğu söylenebilmektedir (Tablo 3), (apık, 2014: 271; Sevgin ve etin, 2017: 1468). Bu bulguya dayanarak hemşirelik ğrencilerinin video eğitimi ile siber zorbalığa yönelik farkındalıklarđının arttıđđı, siber zorbalık ve internette kimlik gizleyerek zorba davranış göstermeye ilişkin tutumlarında iyileşme olduğu söylenebilmektedir. Literatürde farklı girişimlerin siber zorbalık ve mağduriyet üzerine etkisinin incelendiği ve genellikle ilkokul, ortaokul ve lise dönemindeki öğrenciler ile çalışılmış olan araştırmalar mevcuttur. Gençlerin desteğiyle geliştirilmif online gerçekleştirilen siber zorbalığı nleme ve girişim programđı olan "Siber Dostu Okullar" programđı Avustralya'daki 19 okula uygulanmış, ilk ve ikinci görüşmeler arasında siber mağduriyet ve siber zorbalık uygulama açısından önemli düzeyde azalma meydana geldiği belirtilmiştir (Cross, Shaw, Hadwen, Cardoso ve ark., 2016: 173-174). Floransa'da yüksekokula devam eden 622 ğrenci ile yapılan bir araştırmada (2016), araştırmacılar tarafından geliştirilen bir program (NoTrap) psikologlar ve özel eğitim aldıktan sonra sorumluluk alan bir grup akran ğrenci eğitimci tarafından yürütülmüş, uygulanan programın gençlerde siber zorbalık ve siber mağduriyeti azaltmada altđ aya kadar etkili olduğu

bildirilmiştir (Palladino, Nocentini ve Menesini, 2016: 200). Almanya'daki beş okulda 11-17 yaş arası 722 öğrenci ile yapılan bir araştırmada planlı davranış teorisine göre geliştirilen "medya kahramanları" isimli programın geleneksel zorbalığı azaltmada etkili olduğu; ancak siber zorbalığı ve mağduriyeti azaltmada etkinliğinin olmadığı saptanmıştır (Chaux, Velasquez, Krumbholz ve Scheithauer, 2016: 157). Yapılan bir araştırmada (2016) siber zorbalığı azaltmada video programının etkinliği değerlendirilmiş, programın hemen ardından ve bir aylık sürede siber zorbalık davranışlarında ve mağduriyetinde anlamlı bir azalmanın olduğu, siber zorbalığa yönelik bilgi düzeyinde de önemli bir artış olduğu saptanmıştır. Bu araştırmadaki bulgular, kısa bir siber zorbalık videosunun bir aylık takipte bile siber zorbalık bilgisini arttırmada ve siber zorbalık davranışları ile mağduriyetini azaltmada etkili olabildiğini göstermiştir (Doane, Kelley ve Pearson, 2016: 136). Literatürde de görüldüğü üzere video destekli siber zorbalık eğitiminin etkinliğini değerlendiren araştırma çok sınırlıdır. Farklı girişimlerin siber zorbalık üzerinde etkili olduğu, ancak çoğunlukla bu etkinin kısa dönemde devamlılık gösterdiği araştırmalarla gösterilmiştir. Bu çalışmada video eğitimi ile elde ettiğimiz bulguları literatürdeki diğer araştırmalar ile tam olarak karşılaştıramamakla birlikte Doane, Kelley ve Pearson (2016)'ın çalışması ile video eğitiminin siber zorbalık ve mağduriyeti üzerindeki etkinliği açısından benzerlik gösterdiği söylenebilmektedir.

## 5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Araştırmamızda siber zorbalığa yönelik verilen eğitim ile eğitimin uygulanmasından sonraki üç ayda başarılı sonuçlar elde edilebilmiş, özellikle siber zorbalığa yönelik tutum ve kimlik gizleme boyutlarında etkinlik sağlanmıştır. Bu bulgular ışığında video destekli siber zorbalık eğitiminin siber zorbalığa yönelik tutumu azaltmada özellikle eğitimden sonraki üç aylık sürede etkinliğinin olduğu söylenebilmektedir. Buna göre siber zorbalığa yönelik farkındalığı arttırmak, siber zorbalık ve mağduriyet oranlarını azaltmak amaçlarıyla, üniversitelerde ders içeriklerinde uygun etkinlikler planlanarak soru cevap ve tartışma ortamları ile öğrencilerin bu konuya dikkatinin çekilmesi ve siber zorbalık ve mağduriyetine yönelik videoların da eğitimin bir parçası olarak kullanılması önerilmektedir. Düşük maliyet, kolay uygulanabilir ve tekrar edilebilir olmasına dayanarak video temelli önleme/müdahale programları siber zorbalığı azaltmada kullanılacak iyi bir eğitim bir yaklaşımdır.

## KAYNAKLAR

- Bauman, S, Bellmore, A. (2015). New Directions in Cyberbullying Research. *Journal of School Violence*, 14, s. 1-10.
- Callaghan, M, Kelly, C, Molcho, M. (2015). Exploring traditional and cyberbullying among Irish adolescents. *International Journal of Public Health*, 60(2), s. 199-206.

- Chan H.C., Wong, D.S.W. (2015). Traditional School Bullying and Cyberbullying in Chinese Societies: Prevalence and a review of the whole-school intervention approach. *agression and violent behavior*, 3, s. 98-108.
- Chaux, E., Velasquez, A.M., Krumbholz, A.S., Scheithauer, H. (2016). Effects of the cyberbullying prevention program media hereos on traditional bullying. *Aggressive Behavior*, 42(2), s. 157-165.
- Cross, D., Shaw, T., Hadwen, K., Cardoso, P., Slee, P., Roberts, C., Thomas, L., Barnes, A. (2016). Longitudinal impact of the cyber friendly schools program on adolescents' cyberbullying behavior. *Aggressive Behavior*, 42(2), s. 166-180.
- Çapık, C. (2014). İstatiksel Güç Analizi ve Hemşirelik Araştırmalarında Kullanımı: Temel Bilgiler. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 17(4), s. 268-274.
- Deschamps, R., Mcnutt, K. (2016). Cyberbullying: What's the problem? *Canadian Public Administration*, 59(1), s. 45-71.
- Doane, A.N., Kelley, M.L., Pearson, M.R. (2016). Reducing cyberbullying: A theory of reasoned action-based video prevention program for college students. *Aggressive Behavior*, 42(2), 136-146.
- Eroğlu, Y., Peker, A. (2015). Ergenlerde akran ilişkileri ile siber zorbalık statüleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 10(11), s. 593-606.
- Fırat, M., Ayran, G. (2018). Üniversite öğrencileri arasında sanal zorbalık. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 15(4), s. 322-329.
- Gaffney, H., Farrington, D.P., Espelage, D.L., Ttofi, M.M. (2019). Are cyberbullying intervention and prevention programs effective? A systematic and meta-analytical review. *Aggression and Violent Behavior*, 45, s. 134-153.
- Korkmaz, A. (2016a). Siber Zorbalık: Fizikselden sanala yeni şiddet. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi*, 24(2), s. 74-85.
- Korkmaz, A. (2016b). Siber Zorbalık Davranışları Sergileme ve Siber Zorbalığa Maruz Kalma Durumlarının Karşılaştırılması. *TRT akademi*, 1(2), s. 622-639.
- Kowalski, R.M., Limber, S.P., McCord, A. (2019). A developmental approach to cyberbullying: Prevalence and protective factors. *Aggression and Violent Behavior*, 45, s. 20-32.
- Lee, C., Shinn, N. (2017). Prevalence of cyberbullying and predictors of cyberbullying perpetration among Korean adolescents. *Computers in Human Behavior*, 68, s. 352-358.
- Olweus D. (2017). *Cyber Bullying: A Critical Overview*. Bushman, B.J. *Aggression and Violence A Social Psychological Perspective*. A Psychology Press Book. New York.
- Özdemir, M., Akar, F. (2011). Lise öğrencilerinin siber zorbalığa ilişkin görüşlerinin bazı değişkenler bakımından incelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 17(4), s. 605-626.
- Palladino, B.E., Nocentini, A., Menesini, E. (2016). Evidence based intervention against bullying and cyberbullying: Evaluation of the No Trap Program in two Independent trials. *Aggressive Behavior*, 42(2), s. 194-206.
- Pekşen Süslü, D., Oktay, A. (2018). Lise Öğrencilerinde Siber Zorbalık ve Siber Mağduriyetle İlişkili Bazı Değişkenlerin İncelenmesi. *Elementary Education Online*, 17(4), s. 1877-1985.
- Semerci A. (2017). Lise Öğrencilerinin Siber Zorbalık ve Mağduriyet Durumlarının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 25(4), s. 1285-1300.
- Sevgi, H., Çetin, B. (2017). Eğitim Araştırmalarında Güç Analizi ve Bir Uygulama. *YYÜ Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(1), s. 1462-1480.
- Smith, P.K., (2015). The nature of cyberbullying and what we can do about it. *Journal of Research in Special Educational Needs*, 15(3), s. 176-184.



...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

- Türkoğlu, S. (2013). Ergenlerin problemleri internet kullanımları ile siber zorbalık eğilimleri arasındaki ilişkinin incelenmesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). TC. Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Ünver H. (2016). Siber Zorbalık ile Problemleri İnternet Kullanımı ve Riskli İnternet Davranışı Arasındaki İlişki ve Bu Değişkenlerin Çeşitli Demografik Özellikler Açısından İzlenmesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Waasdorp, T.E., Bradshaw, C.P. (2015). The Overlap between Cyberbullying and Traditional Bullying. *Journal of Adolescent Health*, 56(5), s. 483-488.
- Watts, L.K., Wagner, J., Velasques, B., Behrens, P.I. (2017). Cyberbullying in higher education: A literatur review. *Computers in Human Behaviour*, 69, s. 268-274.
- Wolke, D., Lee, K., Guy, A. (2017). Cyberbullying: A storm in a teacup. *European Child and Adolescent Psychiatry*, 26(8), s. 899-908.

**ÖĞRETMEN ADAYLARININ FEN ÖĞRENME BECERİSİ, FEN OKURYAZARLIĞI VE SOSYOBİLİMSEL KONULARA YÖNELİK TUTUMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN ARAŞTIRILMASI\*****Doç. Dr. Evrim URAL\*\*****Can YOLAGİDEN\*\*\*****ÖZ**

Bu çalışmanın amacı, sınıf ve fen bilgisi öğretmen adaylarının fen öğrenme becerisi, fen okuryazarlığı ve sosyobilimsel konulara yönelik tutumlarını belirlenen değişkenlere göre incelemek ve aralarındaki ilişkiyi araştırmaktır. Araştırmanın evrenini 2016-2017 Eğitim Öğretim yılı bahar döneminde bir devlet üniversitesinin eğitim fakültesinde öğrenim gören 496 öğretmen adayı oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise bu evrenden rastgele seçilen 199 fen bilgisi ve 233 sınıf öğretmeni adayı olmak üzere toplam 432 öğretmen adayı oluşturmaktadır. Araştırmada öğretmen adaylarının fen öğrenme becerisini ölçmek amacıyla Chang ve ark. (2011) tarafından geliştirilmiş olup, Şenler (2014) tarafından Türkçe'ye uyarlanan Fen Öğrenme Becerisi Ölçeği, fen okuryazarlık düzeylerini belirlemek amacıyla Laugksch ve Spargo (1996) tarafından geliştirilip, Duruk (2012) tarafından Türkçe'ye uyarlanması, geçerlik ve güvenilirlik analizleri yapılan Temel Fen Okuryazarlık Testi, sosyobilimsel konulara ilişkin tutumlarını ölçmek amacıyla Topçu (2010) tarafından geliştirilen Sosyobilimsel Konulara Yönelik Tutum Ölçeği kullanılmıştır. Elde edilen veriler bilgisayar ortamında bir istatistik programı ile analiz edilmiş ve bağımsız örneklem t-testi, ANOVA, Pearson Korelasyon analizi ve çoklu Regresyon analizi yapılmıştır. Araştırma sonucunda öğretmen adaylarının fen öğrenme becerileri, fen okuryazarlığı ve sosyobilimsel konulara yönelik tutumlarında bazı değişkenlere göre anlamlı farklılıklar gösterdiği saptanmıştır. Ayrıca fen öğrenme becerisi arttıkça fen okuryazarlık düzeylerinin ve sosyobilimsel konulara yönelik tutumlarının arttığı, fen öğrenme becerisi azaldıkça fen okuryazarlık düzeylerinin ve sosyobilimsel konulara yönelik tutumlarının azaldığı anlaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Öğretmen Adayı, Fen Öğrenme Becerisi, Fen Okuryazarlığı, Sosyobilimsel Konu

**EXAMINATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN PROSPECTIVE TEACHER'S ATTITUDES TOWARDS SCIENCE LEARNING SKILLS, SCIENCE LITERACY AND SOCIAL SCIENTIFIC ISSUES****ABSTRACT**

This research aims to explore prospective classroom and science teachers' attitudes towards science learning skills, science literacy and socio-scientific issues depending upon several variables and to examine the relation between them. The research was carried out with 496 prospective teachers who study at the faculty of education in government university during the spring term of 2016-2017 academic year. The research sample holds a total of 432 prospective teachers, 199 of whom are prospective science teachers while 233 of them are prospective classroom teachers. The research employed four data collection tools. 'Personal Information Form' developed by the researcher in order to determine participants' demographic characteristics; 'Scientific Learning Skill' was developed by Chang et al. (2011) and adapted to Turkish by

\* Bu çalışma Can YOLAGİDEN tarafından hazırlanan "Öğretmen Adaylarının Fen Öğrenme Becerisi, Fen Okuryazarlığı ve Sosyobilimsel Konulara Yönelik Tutumları Arasındaki İlişkinin Araştırılması" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

\*\* Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi. ORCID: 0000-0002-5427-2023 evrimural@gmail.com

\*\*\* Erciyes Üniversitesi Doktora Öğrencisi. ORCID: 0000-0002-1363-6206 canyolagiden@gmail.com

Araştırma Makalesi. Sayfa Sayısı: 557-577

Makale Geliş Tarihi: 06.02.2021 Makale Kabul Tarihi: 19.03.2021 Makale Yayın Tarihi: 05.05.2021

Şenler (2014) so as to measure the science learning skills of prospective teachers; ‘Test of Basic Scientific Literacy’ was developed by Laugksch and Spargo (1996) to determine prospective teachers’ science literacy levels. The test, Turkish adaptation of which was conducted by Duruk (2012), was analyzed for validity and reliability and ‘Socio-Scientific Issues Attitude Scale’ developed by Topçu (2010). The research data were analyzed through use of the statistical package program. Research results have revealed significant differences between prospective teachers’ attitudes towards science learning skills, science literacy and socio-scientific issues depending on several variables. Furthermore, it has been determined that as science learning skills increased, attitudes towards science literacy and socio-scientific issues also increased, and as science learning skills decreased, attitudes toward science literacy and socio-economic issues decreased as.

**Keywords:** Prospective Teacher, Science Learning Skills, Science Literacy, Socioscientific Issue

## 1. GİRİŞ

Fen doğayı ve doğal olayları sistemli bir şekilde inceleme, henüz gözlemlenmemiş olayları kestirme, evreni sorgulama, keşfetme, onun gizli düzenliliklerini bulma ve ifade etme gayretleri olarak tanımlanmaktadır (Kaptan, 1998; Soylu, 2004). Fen bilimi, bilginin doğasını anlama, var olan bilgi birikimini kavrama ve yeni bilgiler üretme süreci olarak tanımlanabilir (Çepni, Ayas, Johnson ve Turgut, 2007). Fen eğitiminin temel amaçlarından biri öğrencilerin bilimsel okuryazar olarak yetişmelerini sağlamaktır. Bilimsel okuryazarlık ise bilimsel bilginin yorumlanması ile ilişkilidir.

Okuryazar; günlük hayat ile ilgili temel ve uzun olmayan cümleleri anlayabilen, içinde bulunduğu toplumun ilerlemesine katkı sağlayabilecek seviyede okuma yazma yeteneği bulunan ve toplum tarafından oluşturulan iletişimsel algıları etkili şekilde kullanabilen bireyler olarak tanımlanabilir (Güneş, 1997: 499; Kellner, 2002).

Toplumdan etkili iletişim beklenmesi, maksimum verimin sağlanabilmesi ve ilerlemenin sürdürülebilmesi için okuryazarlığın önemi gün geçtikçe artmaktadır. Günümüz teknoloji çağı olduğundan okuryazarlık ve eğitime olan ihtiyaç daha da artmıştır. İnsanların topluma katkı sağlamaları, teknolojiye ayak uydurmaları için eğitim oldukça önemlidir. Bu nedenle eğitilmiş, bilgili ve okuryazar insanlar olmadan güçlü, sağlam ve yenilikçi bir toplum olması düşünülemez (Dewey, 1997). Okuryazarlığa verilen bu önem doğrultusunda, fen okuryazarlığı, bilgi okuryazarlığı, çevre okuryazarlığı, medya okuryazarlığı vb. gibi çeşitli okuryazarlık konuları ortaya çıkmıştır. İçinde bulunduğumuz bilim ve teknoloji çağı nedeniyle fen okuryazarlığının ve fen okuryazarı birey yetiştirmenin önemi daha da artmıştır.

Fen okuryazarlığı; fen, kavram, kuramları ve bilimsel araştırma metodlarını bilme, fen-teknoloji-toplum ilişkisini kavrama, okulda teorik olarak öğrenilenleri günlük hayatta problem çözmede, karar almada kullanabilme, fen ile ilgili makale, dergi ve kitapları yazabilme, okuyabilme ve okudukları üzerine düşünebilme, bilimsel tartışmalara katılıp kendi fikirlerini açıklayabilme,

başkalarının söylemlerini yorumlayabilme, tarafsız, kritik ve yaratıcı düşünebilme ve ihtiyaç duyulan bilgi ve becerilere sahip olma şeklinde ifade edilebilir (Çepni, Bacanak ve Küçük, 2003: 9). Abd-El-Khalcik ve Boujaou'ye (1997: 674) göre fen okuryazarı bir birey genel anlamda, bilimsel kavramları, ilkeleri, teorileri ve süreçleri bilmeli ve bilim, teknoloji ve toplum arasındaki ilişkilerin farkında olmalıdır. Daha da önemlisi, böyle bir kişi bilimin doğası ile ilgili mutlaka bir düşünceye sahip olmalıdır.

2004 yılında yapılan eğitimdeki köklü değişiklik ile öğretmen merkezli eğitim ve öğretimden vazgeçilip öğrenci merkezli eğitim ve öğretim uygulanmaya başlanmıştır. 2004 yılında geliştirilen İlköğretim Fen ve Teknoloji Dersi Öğretim Programı'nda fen ve teknoloji okuryazarlığından bahsedilmiştir. 2013 yılında İlköğretim Fen Bilimleri Dersi Öğretim Programı'nda yapılan değişiklik ile fen ve teknoloji okuryazarlığının yerini fen okuryazarlığı kavramı almıştır.

2013 yılında öğretim programında yapılan değişiklikler ile Fen Bilimleri Dersi Öğretim Programının vizyonu; "tüm öğrencileri fen okuryazarı bireyler olarak yetiştirmek" olarak değiştirilmiştir. Programda fen okuryazarı bireylerin araştıran, etkili kararlar alabilen, problem çözebilen, kendine inanan, iş birliği içinde bulunabilen, etkili iletişim kurabilen, hayat boyu öğrenen şeklinde özellikleri sıralanmıştır (MEB, 2013).

Bilgiyi üreten, bilgiye ulaşan ve bilgiyi kullanan insanlar sayesinde güçlü bir gelecek oluşturmak mümkündür (Balım ve Taşkoyan, 2007: 58). Güçlü bir gelecek için, düşünen, sorgulayan, yaşayarak öğrenen, kişisel karar veren ve problem çözebilen fen okuryazarı bireyler yetiştirmek için gerekli olan fen öğrenme becerileridir. İçinde bulunduğu çağın gereklerini araştıran, soruşturan, inceleyen, günlük yaşamıyla fen konuları arasında bağlantı kurabilen, bilimsel metotları hayatının her alanında karşılaştığı sorunlarda kullanabilen, evrene bir bilim adamının görüşüyle bakabilen kişiler yetiştirmek modern fen öğretiminin temel hedefleri arasındadır (Tan ve Temiz, 2003: 90).

Modern bilim ve bu bilimin ortaya çıktığı toplumlar arasında karşılıklı bir ilişki bulunmaktadır. Bilimsel araştırma konularını genellikle toplumun ihtiyaçları belirlemektedir. Bilim ve toplum basit bir ilişki içerisinde ve bu ilişkiyi toplum ihtiyaçları ortaya çıkarır ve bu doğrultuda bilim adamları bu ihtiyaçları belirleyerek, önceliklerine göre ayırarak çözüm üretirler. Bu etkileşimin bir sonucu olarak bilimi ve toplumu ilgilendiren sosyobilimsel konular ortaya çıkmıştır.

Sosyobilimsel konular toplumu ve bilimi ilgilendiren, fen bilimlerini kaynak alan, tartışmalı olan ve toplumda zıt düşünceler, anlaşmazlıklara yol açan konular olarak tanımlanabilir (Sadler,

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

2004: 514; Sadler ve Zeidler, 2004: 5; Topçu, 2015: 6). Günümüzde bilim ve toplum etkileşimi sonucunda meydana gelen, klonlama, kök hücre, genom projeleri, küresel ısınma, alternatif yakıtlar ve aşı gibi birçok konu sosyobilimsel konulara örnek olarak verilebilir (Sadler, 2004: 515; Topçu, 2015: 6). Sosyobilimsel konular, bireyin müzakere etmesi gerektiği, çelişkili, farklı bakış açılarıyla bakılması gereken bilimsel konulardır. Bu nedenle bireylerin bilişsel ve duyuşsal süreçlere göre yetiştirilmesi önem taşımaktadır (Sadler ve Zeidler, 2004: 21).

Düşük okuryazarlık seviyesine sahip toplumlarda toplum refahını iyileştirecek, yaşam standartlarını arttıracak sosyobilimsel konuları yanlış anlayarak karşı çıkma riski artmaktadır. Günümüz toplumları için bilim ve teknolojiye ayak uydurmak ve bilimsel olguların anlaşılması adına fen okuryazarlığının önemi artmaktadır (Yahaya, Zain ve Karpudewan, 2012: 3373).

Sosyobilimsel konuların anlaşılabilirliği için sadece fen okuryazarlığı yetmemektedir. Sosyobilimsel konulara yönelik eğitim programları, pedagojik yeterliğe sahip bilgili, bilinçli özgür ve objektif öğretmenlere de ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca öğrencilerin sosyobilimsel konularda mantıklı tartışma yapabilme becerilerinin geliştirilmesi ve öğrencilere etik olma olgusunun kazandırılması gerekmektedir (Lewis ve Leach, 2006: 1278). Ayrıca bilim bütünüyle meydana geldiği toplumdan ayrı düşünülemez. Bu da fen bilimleri ile sosyobilimsel konuların etkileşimli olduğuna bir işarettir (Sadler, 2004: 519).

Sosyobilimsel konular gün geçtikçe daha önemli hale gelmiştir ve günümüz toplumları sosyobilimsel tartışmalarla sürekli olarak karşı karşıya gelmektedir. Bu sosyobilimsel tartışmaları anlama ve cevap verebilme doğrultusunda çeşitli eğitim kurumları fen öğretimi, fen okuryazarlığı, bilimsel bilgiye dayalı kararlar alma gibi etkenlerin önemini vurgulamıştır. Bununla birlikte fen öğretimi öğrencilerin hayatlarıyla daha ilişkili bir hale getirmenin önemi de artmıştır (Kolsto, 2006: 1710; Sadler ve Zeidler, 2004: 5).

Fen okuryazarlığının önemli bir boyutu fen ile ilgili sosyal konularda karar verme becerisidir. Bu sebeple öğrencilerin sosyobilimsel konularda karar verme ve kritik sorgulamalarının desteklenmesi fen eğitiminin önemli bir işlevidir (Sürmeli, 2008: 4). Sosyobilimsel konulara yönelik bilgi dâhilinde karar verme fen eğitiminin ana amaçlarından olan fen okuryazarlığının bir parçasıdır (Topçu, Muğaloğlu ve Güven, 2014: 2).

Sosyobilimsel konular gerçek dünyadaki tartışmalı konular olduğundan vatandaşlık ve karakter gelişimini sağlayarak fen okuryazarlığına katkıda bulunmaktadır (Sadler ve Klosterman, 2010: 1038). Fen okuryazarlığı sosyobilimsel konuları anlamlandırmak için ahlaki, etik akıl yürütmeyi sağlamaktadır. Fen müfredatlarına bu doğrultuda sosyobilimsel konuların dâhil edilmesi

fen okuryazarlığına katkı sağlayacaktır. Fen okuryazarlığı bilgiye dayalı akıl yürütme, etik sorunlarla etkili bir şekilde başa çıkma ve sosyobilimsel konulara özgü bağlantıları anlayabilme yeteneğini geliştirmek için önemlidir. Sosyobilimsel konular bilimin ayrılmaz bir parçasıdır. Bilimi anlamamız için ise fen okuryazarlığının önemi büyüktür. Böylelikle fen okuryazarlığı ve sosyobilimsel konuların etkileşim içinde olduğu düşünülmektedir (Zeidler ve Keefer, 2003). Fen eğitiminde ana hedef öğrencilerin mevcut bilgilerini geliştirme, sosyobilimsel konularda kararlar alabilme ve sosyobilimsel tartışmalara katılabilmeleri için fen okuryazarı bireyler yetiştirme olmalıdır. Ayrıca fen öğretim programları öğrencilerin bilimi okul dışında yaşadıkları ve gördükleriyle karşılaştıracak deneyimler içermelidir (Sadler ve Zeidler, 2009: 4).

Bilimle ilgili sosyal konular üzerinde bir yargıya varabilmek fen okuryazarlığı için önemli bir etkidir. Fen okuryazarlığı veya çoğu kişinin ifade ettiği gibi bilimsel okuryazarlık modern toplumun önemli bir unsurudur (Sürmeli, 2008: 70). Sosyobilimsel konuların anlaşılması için belli bir bilimsel bilgi düzeyine sahip olunması gerekmektedir. Bireyi bu bilgi düzeyine çıkartmak için yaratıcı düşünebilen, çevresinde meydana gelen değişiklikleri fark edebilen, mantıklı karar verebilen, problem çözme becerisine sahip ve fen okuryazarı olarak yetiştirmenin önemi büyüktür. Bu bağlamda öğrencilerin sosyobilimsel ikilemlerle başa çıkma becerilerinin geliştirilmesiyle, bilimsel okuryazarlık düzeylerinin de gelişeceği düşünülmektedir (Wu ve Tsai, 2010: 375). Başka bir deyişle fenle ilgili sosyobilimsel konularda karar verme becerilerinin gelişmesinin fen okuryazarlığının önemli bir parçası olduğuna inanılmaktadır ve öğrencilerin karar verme becerilerinin geliştirilmesinde sosyobilimsel faaliyetler önemli rol oynamaktadır (Gülhan, 2012). Alanyazın incelendiğinde öğretmen adaylarının sosyobilimsel konulara ilişkin tutumları (Cebesoy ve Dönmez Şahin, 2013; Ayvaci, Bülbül ve Türker, 2019; Erkol ve Gül, 2020; Türksever, Karışan-Korucu ve Yenilmez-Türkoğlu, 2020), aday öğretmenlerin kritik düşünme yetenekleri (Topçu, 2008), sosyobilimsel konuların öğretimiyle ilgili görüşler (Akşit, 2011) şeklinde öğretmen adayları ile yapılan çalışmalar mevcuttur. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, sınıf ve fen bilgisi öğretmen adaylarının fen öğrenme becerisi, fen okuryazarlığı ve sosyobilimsel konulara yönelik tutumlarını çeşitli değişkenler açısından incelemek ve aralarındaki ilişkiyi araştırmaktır. Bu amaçla aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır.

1. Öğretmen adaylarının fen öğrenme becerileri, fen okuryazarlığı ve sosyobilimsel konulara yönelik tutumları cinsiyete göre farklılık göstermekte midir?
2. Öğretmen adaylarının fen öğrenme becerileri, fen okuryazarlığı ve sosyobilimsel konulara yönelik tutumları öğrenim görülen bölüme göre farklılık göstermekte midir?

3. Öğretmen adaylarının fen öğrenme becerileri, fen okuryazarlığı ve sosyobilimsel konulara yönelik tutumları bilimsel dergi ya da yayın takip etme durumuna göre farklılık göstermekte midir?
4. Öğretmen adaylarının fen öğrenme becerileri ile fen okuryazarlık düzeyleri arasında ilişki var mıdır?
5. Öğretmen adaylarının fen öğrenme becerileri ile sosyobilimsel konulara yönelik tutumları arasında ilişki var mıdır?
6. Öğretmen adaylarının fen okuryazarlık düzeyleri ile sosyobilimsel konulara yönelik tutumları arasında ilişki var mıdır?
7. Öğretmen adaylarının fen öğrenme becerisi ve fen okuryazarlık düzeyleri, sosyobilimsel konulara yönelik tutumlarının bir yordayıcısı mıdır?

## 2. YÖNTEM

### 2.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırma; nicel araştırma yöntem ve teknikleri kullanılan betimsel bir çalışmadır. Araştırmada betimsel tarama modellerinden ilişkiisel tarama yöntemi kullanılmıştır. Tarama modeli geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma modellerinden bir tanesidir (Karasar, 1994: 76).

Betimsel tarama modelleri kendi içinde genel tarama modelleri ve örnek olay tarama modelleri olmak üzere iki bölüme ayrılmaktadır. Genel tarama modelleri; çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel yargıya varmak için evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup örnek ya da örnekleme üzerinde yapılan tarama düzenlemeleridir. İlişkiisel tarama modeli genel tarama modelinin içinde yer alan bir yöntem olup, iki ve daha çok değişken arasındaki birlikte değişim varlığını veya derecesini belirlemeyi amaçlayan bir araştırma modelidir (Karasar, 1994: 76).

### 2.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini 2016-2017 Eğitim Öğretim yılı bahar döneminde bir devlet üniversitesinin eğitim fakültesinde öğrenim gören 496 öğretmen adayı oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise bu evrenden basit seçkisiz örnekleme yöntemi ile seçilen 199 fen bilgisi ve 233 sınıf öğretmeni adayı olmak üzere toplam 432 öğretmen adayı oluşturmaktadır.

Tablo 1’de araştırmaya katılan öğretmen adaylarının demografik özelliklerine ilişkin verilerin dağılımı gösterilmektedir.

**Tablo 1. Öğretmen Adaylarının Demografik Özelliklerine İlişkin Elde Edilen Veriler**

<i>Değişkenler</i>	<i>Gruplar</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
Cinsiyet	Kadın	372	86,1
	Erkek	60	13,9
Bölüm	Fen Bilgisi Öğretmenliği	199	46,1
	Sınıf Öğretmenliği	233	53,9
<b>Toplam</b>		<b>432</b>	<b>100</b>

Tablo 1’de görüldüğü gibi öğretmen adaylarının %13,9’u erkeklerden, %86,1’i kadınlardan oluşmaktadır. Araştırmaya katılan öğretmen adaylarının %46,1’i fen bilgisi öğretmenliği bölümünde, %53,9’u ise sınıf öğretmenliği bölümünde öğrenim görmektedir.

### 2.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak; “Fen Öğrenme Becerisi Ölçeği”, “Fen Okuryazarlığı Ölçeği” ve “Sosyobilimsel Konulara Yönelik Tutum Ölçeği” kullanılmıştır.

Öğretmen adaylarının fen öğrenme becerisini ölçmek amacıyla Şenler (2014) tarafından Türkçeye uyarlanan Fen Öğrenme Becerisi Ölçeği kullanılmıştır. Fen öğrenme becerisi ölçeği Türkçe uyarlama çalışmasında; ölçek fen bilgisi öğretmen adayına uygulanmış, madde analizleri, açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri yürütülmüş ve son olarak 29 maddeden oluşan ölçeğin güvenirlik katsayısı Cronbach Alpha 0.93 olarak hesaplanmıştır (Şenler, 2014). Bu araştırma için ise güvenirlik katsayısı Cronbach Alpha “Fen Öğrenme Becerisi Ölçeği” için 0.94; “bilimsel sorgulama” alt boyutu için 0.89 ve “iletişim” alt boyutu için 0.89 olarak tespit edilmiştir.

Öğretmen adaylarının fen okuryazarlık düzeylerini belirlemek amacıyla Temel Fen Okuryazarlık Testi uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan fen okuryazarlık testi, 1996 yılında Laugksch ve Spargo tarafından “Tüm Amerikalılar İçin Bilim” isimli yayından seçilerek hazırlanan ve Duruk (2012) tarafından Türkçe’ye uyarlaması, geçerlik ve güvenirlik analizleri yapılan ve 49 maddeden oluşan testtir. Bu testin güvenirlik katsayısı Cronbach Alpha Duruk (2012) tarafından 0.82 olarak hesaplanmıştır. Bu araştırma için ise Cronbach Alpha değerinin 0.80 olduğu tespit edilmiştir

Öğretmen adaylarının sosyobilimsel konulara ilişkin tutumlarını ölçmek amacıyla Topçu (2010) tarafından geliştirilen, açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri yürütülen, 3 alt boyuttan ve 30 maddeden oluşan “Sosyobilimsel Konulara Yönelik Tutum Ölçeği” kullanılmıştır. Topçu



(2010) tarafından bu ölçekte “Sosyobilimsel Konuların Yarar ve Önemi” alt boyutunda Cronbach Alpha iç güvenilirlik katsayısı 0.90, “Sosyobilimsel Konulardan Hoşlanma” alt boyutunda Cronbach Alpha iç güvenilirlik katsayısı 0.81 ve son olarak “Sosyobilimsel Konulara Yönelik Kaygı” alt boyutunda Cronbach Alpha iç güvenilirlik katsayısı 0.70 olarak bulunmuştur. Bu araştırma için ise Cronbach Alpha iç güvenilirlik katsayısı 0.80 olarak elde edilmiştir.

#### 2.4. Verilerin İşlenmesi ve Çözümlemesi

Bu araştırma için uygulama izni alındıktan sonra, veri toplama araçları öğrencilerin derslerini engellemeyecek şekilde 4 hafta içinde farklı zamanlarda öğretmen adaylarına uygulanmıştır.

Her bir veri seti grubu araştırmacılar tarafından kontrol edilerek bilgisayar ortamına aktarılmış ve istatistik programına kaydedilmiştir. Bu işlem sırasında 11 öğretmen adayının veri toplama araçlarını eksik doldurdukları tespit edildiğinden araştırmaya dâhil edilmemiştir. Bilgisayar ortamına aktarılan verilere istatistiksel analizler yapılmıştır. İstatistiksel işlemlerin uygulanmasında anlamlılık düzeyi 0,05 olarak alınmıştır. Aritmetik ortalamaların değerlendirilmesinde; “Aralık Genişliği = Dizi Genişliği Ranj /Grup Sayısı” formülünden faydalanarak,  $4/5=0,80$  olarak puan aralıkları belirlenmiştir (Tekin, 1996).

Yapılan analizler sonucunda verilerin normal dağılım gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır ( $p>0,05$ ). Öğretmen adaylarının fen öğrenme becerisi, fen okuryazarlığı ve sosyobilimsel konulara yönelik tutumları çeşitli demografik değişkenlere (cinsiyet, öğrenim görülen bölüm) göre farklılaşp farklılaşmadığının tespit edilmesinde bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır. Öğretmen adaylarının fen öğrenme becerisi, fen okuryazarlığı ve sosyobilimsel konulara yönelik tutumlarının diğer demografik değişkenlere (bilimsel dergi ya da yayın takip etme sıklığı) göre farklılaşma olup olmamasının belirlenmesinde ise tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Anlamlı farklılaşmanın tespiti durumunda ise hangi gruplar arasında anlamlı farklılaşmalar olduğunu tespit etmek için Bonferroni analizi yapılmıştır. Son olarak fen öğrenme becerisi, fen okuryazarlığı ve sosyobilimsel konulara yönelik tutumları arasındaki ilişkinin tespitinde ise Pearson Korelasyon analizi ve çoklu Regresyon analizi kullanılmıştır.

### 3. BULGULAR

Bu bölümde; araştırmaya katılan öğretmen adaylarının fen öğrenme becerisi, fen okuryazarlıkları ve sosyobilimsel konulara yönelik tutumları ve bu değişkenler arasındaki ilişkiye yönelik elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular alt problemlere göre sunulmuştur.

**Öğretmen Adaylarının Fen Öğrenme Becerilerinin, Fen Okuryazarlıklarının ve Sosyobilimsel Konulara Yönelik Tutumlarının Cinsiyet Değişkenine İlişkin Elde Edilen Bulgular**

Öğretmen adaylarının fen öğrenme becerilerinin, fen okuryazarlıklarının ve sosyobilimsel konulara yönelik tutumlarının cinsiyete göre değişip değişmediği sorgulanmış ve analiz sonuçlarına göre değişkenlere ilişkin betimsel değerler ile anlamlılık için yapılan bağımsız örneklem t-testi sonuçları Tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 2. Cinsiyet Değişkenine Göre Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları**

Ölçek	Cinsiyet	N	$\bar{X}$	ss	sd	t	p
Fen öğrenme becerisi	Kadın	372	3,95	0,46	430	-0,311	0,756
	Erkek	60	3,97	0,40			
Fen okuryazarlık testi	Kadın	372	0,64	0,12	430	2,465	0,014
	Erkek	60	0,60	0,14			
Sosyobilimsel konulara yönelik tutum	Kadın	372	3,51	0,38	430	0,736	0,462
	Erkek	60	3,47	0,41			

Sırasıyla katılımcıların fen öğrenme becerisi ölçeğinden aldıkları puanlar 3,95 ve 3,97 şeklindedir. Yapılan karşılaştırmada gruplar arasında anlamlı fark bulunmamıştır, [ $t_{(430)}=-0,311$   $p=0,756>0,05$ ]. Bu analiz sonucuna göre; öğretmen adaylarının fen öğrenme becerilerinin cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların temel fen okuryazarlığı ölçeğinden aldıkları puanların aritmetik ortalaması 0,64 ve 0,60’tır. Yapılan karşılaştırmada gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmuştur, [ $t_{(430)} = 2,465$   $p=0,014 < 0,05$ ]. Bu analiz sonucuna göre; öğretmen adaylarının fen okuryazarlıklarının cinsiyete göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu farklılığın kadınlar lehine olduğu çizelgeden görülmektedir.

Sırasıyla katılımcıların sosyobilimsel konulara yönelik tutum ölçeğinden aldıkları puanların aritmetik ortalaması 3,51 ve 3,47’dir. Yapılan karşılaştırmada gruplar arasında anlamlı fark bulunmamıştır, [ $t_{(430)} = 0,736$   $p=0,462>0,05$ ]. Bu analiz sonucuna göre; öğretmen adaylarının sosyobilimsel konulara yönelik tutumlarının cinsiyete göre farklılık göstermediği anlaşılmıştır.

**Öğretmen Adaylarının Fen Öğrenme Becerilerinin, Fen Okuryazarlıklarının ve Sosyobilimsel Konulara Yönelik Tutumlarının Öğrenim Görülen Bölüm Değişkenine İlişkin Elde Edilen Bulgular**

Öğretmen adaylarının fen öğrenme becerilerinin, fen okuryazarlıklarının ve sosyobilimsel konulara yönelik tutumlarının öğrenim görülen bölüme göre değişip değişmediği sorgulanmış ve analiz sonuçlarına göre değişkenlere ilişkin betimsel değerler ile anlamlılık için yapılan bağımsız örneklem t-testi sonuçları Tablo 3'te verilmiştir.

**Tablo 3. Öğrenim Görülen Bölüm Değişkenine Göre Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları**

Ölçek	Bölüm	N	$\bar{X}$	ss	sd	t	p
Fen öğrenme becerisi	Fen B. Öğr.	199	4,08	0,48	430	5,32	0,00
	Sınıf Öğr.	233	3,85	0,39			
Fen okuryazarlık testi	Fen B. Öğr.	199	0,63	0,13	430	-1,013	0,312
	Sınıf Öğr.	233	0,64	0,11			
Sosyobilimsel konulara yönelik tutum	Fen B. Öğr.	199	3,505	0,391	430	-0,87	0,931
	Sınıf Öğr.	233	3,509	0,393			

Tablo 3'ten anlaşılacağı üzere araştırmaya 199 fen bilgisi ve 233 sınıf öğretmeni aday katılmıştır. Sırasıyla katılımcıların fen öğrenme becerisi ölçeğinden aldıkları puanların aritmetik ortalaması 4,08 ve 3,85'tir. Yapılan analizlere bakıldığında karşılaştırmada gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir, [ $t_{(430)}=5,32$ ,  $p=0,00<0,05$ ]. Bu analiz sonucunda; öğretmen adaylarının fen öğrenme becerilerinin öğrenim görülen bölüme göre fen bilgisi öğretmen adayları lehine anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Katılımcıların temel fen okuryazarlık testi ölçeğinden aldıkları puanların aritmetik ortalaması 0,63 ve 0,64'tür. Yapılan karşılaştırmada gruplar arasında anlamlı fark bulunamamıştır, [ $t_{(430)} = -1,013$ ,  $p=0,312 > 0,05$ ]. Bu analiz sonucunda; öğretmen adaylarının fen okuryazarlıklarının öğrenim görülen bölüme göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Sırasıyla katılımcıların sosyobilimsel konulara yönelik tutum ölçeğinden aldıkları puanların aritmetik ortalaması 3,505 ve 3,509'dir. Yapılan karşılaştırmada gruplar arasında anlamlı fark bulunamamıştır, [ $t_{(430)}=-0,87$ ,  $p=0,931 > 0,05$ ]. Bu analiz sonucunda; öğretmen adaylarının sosyobilimsel konulara yönelik tutumlarının öğrenim görülen bölüme göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

**Öğretmen Adaylarının Fen Öğrenme Becerilerinin, Fen Okuryazarlığının ve Sosyobilimsel Konulara Yönelik Tutumlarının Bilimsel Dergi ya da Yayın Takip Etme Değişkenine İlişkin Elde Edilen Bulgular**

Öğretmen adaylarının fen öğrenme becerilerinin, fen okuryazarlıklarının ve sosyobilimsel konulara yönelik tutumlarının bilimsel dergi ya da yayın takip etme değişkenine göre değişip değişmediği sorgulanmış ve analiz sonuçlarına göre değişkenlere ilişkin betimsel değerler ve ANOVA sonuçları Tablo 4'te verilmiştir.

**Tablo 4. Bilimsel Dergi ya da Yayın Takip Etme Değişkenine Göre Betimsel Değerler ve ANOVA Sonuçları**

Ölçek	BDY takip sıklığı	N	$\bar{X}$	ss	sd	F	p
Fen öğrenme becerisi	Hiçbir zaman	60	3,88	0,50	2	430	1,062
	Nadiren	198	3,96	0,39			
	Her zaman	174	3,97	0,49			
	<b>Toplam</b>	432	3,95	0,45			
Fen okuryazarlık testi	Hiçbir zaman	60	0,629	0,130	2	430	0,613
	Nadiren	198	0,649	0,112			
	Her zaman	174	0,641	0,134			
	<b>Toplam</b>	432	0,643	0,124			
Sosyobilimsel konulara yönelik tutum	Hiçbir zaman	60	3,43	0,49	2	430	5,941
	Nadiren	198	3,45	0,36			
	Her zaman	174	3,58	0,37			
	<b>Toplam</b>	432	3,50	0,39			

Öğretmen adaylarının fen öğrenme becerisi ölçeğinden aldıkları puanların aritmetik ortalaması sırasıyla 3,88; 3,96 ve 3,97'tür. Ayrıca fen öğrenme becerisi ölçeğinden alınan puanlar bilimsel dergi ya da yayın takip etme değişkenine göre incelendiğinde en yüksek puan 3,97 puanla her zaman, en düşük puan ise 3,88 puanla hiçbir zamandır. Alınan puanlar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığı varyans analizi ile test edilmiştir. Tablo 4 incelendiğinde, öğretmen adaylarının fen öğrenme becerileri bilimsel dergi ya da yayın takip etme sıklığına göre anlamlı fark bulunamamıştır [F= 1,062, p=0,347>0,05].

Öğretmen adaylarının temel fen okuryazarlık ölçeğinden aldıkları puanların aritmetik ortalaması sırasıyla 0,629; 0,649 ve 0,641'dir. Ayrıca temel fen okuryazarlık ölçeğinden alınan puanlar bilimsel dergi ya da yayın takip etme değişkenine göre incelendiğinde en yüksek puan 0,649 puanla nadiren, en düşük puan ise 0,629 puanla hiçbir zamandır. Alınan puanlar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığı varyans analizi ile test edilmiş ve Tablo 4'te verilmiştir. Tablo 4 incelendiğinde, öğretmen adaylarının fen okuryazarlıklarının bilimsel dergi ya da yayın takip etme sıklığına göre anlamlı fark bulunamamıştır. [ $F=0,613$ ,  $p=0,542>0,05$ ].

Öğretmen adaylarının sosyobilimsel konulara yönelik tutum ölçeğinden aldıkları puanların ortalaması sırasıyla 3,43; 3,45 ve 3,58'dir. Ayrıca sosyobilimsel konulara yönelik tutum ölçeğinden alınan puanlar bilimsel dergi ya da yayın takip etme değişkenine göre incelendiğinde en yüksek puanı 3,58 puanla her zaman, en düşük puanı ise 3,43 puanla hiçbir zamandır. Alınan puanlar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığı varyans analizi ile test edilmiş ve Tablo 4'te verilmiştir. Tablo 4 incelendiğinde, öğretmen adaylarının sosyobilimsel konulara yönelik tutumları bilimsel dergi ya da yayın takip etme sıklığına göre anlamlı fark bulunmuştur. [ $F=5,941$ ,  $p=0,003<0,05$ ]. Farklılaşmanın hangi grup ya da gruplardan kaynaklandığını tespit etmek amacı ile Bonferroni analizi yapılmış ve analiz sonuçları Tablo 5'te verilmiştir.

**Tablo 5. Sosyobilimsel Konulara Yönelik Tutumlarının Bilimsel Dergi ya da Yayın Takip Etme Değişkenine Göre Bonferroni Analizi Sonuçları**

<i>BDY takip sıklığı</i>		$\bar{X}$	<i>Ortalamalar arası fark(I-J)</i>	<i>p</i>
Hiçbir zaman	Nadiren	3,45	-0,02086	0,715
	Her zaman	3,58	-0,14633*	0,012
Nadiren	Hiçbir zaman	3,43	0,02086	0,715
	Her zaman	3,58	-0,12547*	0,002
Her zaman	Hiçbir zaman	3,43	0,14633*	0,012
	Nadiren	3,845	0,12547*	0,002

\* $P<0,05$

Tablo 5'te verilen bonferroni analizi sonuçlarına göre bilimsel dergi ya da yayın her zaman takip eden öğretmen adaylarının sosyobilimsel konulara yönelik tutum puanlarının hiçbir zaman takip etmeyen ve nadiren takip eden öğretmen adaylarına göre anlamlı derecede daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

**Öğretmen Adaylarının Fen Öğrenme Becerileri, Fen Okuryazarlıkları ve Sosyobilimsel Konulara Yönelik Tutumları Arasındaki İlişkiye Yönelik Elde Edilen Bulgular**

Araştırmada öğretmen adaylarının fen öğrenme becerileri ile fen okuryazarlıkları, fen öğrenme becerileri ile sosyobilimsel konulara yönelik tutumları ve fen okuryazarlıkları ile sosyobilimsel konulara yönelik tutumları arasındaki ilişki sorgulanmış ve yapılan incelemeler sonucunda veriler normal dağılım gösterdiği için öğretmen adaylarının belirlenen değişkenler arasındaki ilişki Pearson korelasyon analizi kullanılarak belirlenmiştir. Analiz sonuçlarına göre değişkenlere ilişkin betimsel değerler Tablo 6’da verilmiştir.

**Tablo 6. Pearson Korelasyon Analizi Sonuçları**

		Fen Öğrenme Becerisi	Fen Okuryazarlık	Sosyobilimsel Konulara İlişkin Tutum
Fen Öğrenme Beceri	Pearson r	1	0,109	0,388
	p		0,024	0,000
	N	432	432	432
Fen Okuryazarlık	Pearson r	0,109	1	0,205
	p	0,024		0,000
	N	432	432	432
Sosyobilimsel Konulara İlişkin Tutum	Pearson r	0,388	0,205	1
	p	0,000	0,000	
	N	432	432	432

Tablo 6 incelendiğinde öğretmen adaylarının fen öğrenme becerileri ile fen okuryazarlıkları arasındaki ilişkinin düşük düzeyde, doğrusal ve pozitif yönde anlamlı olduğu görülmektedir [Pearson  $r=0,109$ ;  $p=0,024<0,05$ ]. Buna göre; öğretmen adaylarının fen öğrenme becerileri arttıkça fen okuryazarlık düzeylerinin de arttığı fen öğrenme becerileri azaldıkça fen okuryazarlık düzeylerinin de azaldığı söylenebilir.

Aynı şekilde Tablo 6’ya bakıldığında öğretmen adaylarının fen öğrenme becerileri ile sosyobilimsel konulara yönelik tutumları arasındaki ilişkinin orta düzeyde, doğrusal ve pozitif yönde anlamlı olduğu görülmektedir [Pearson  $r=0,388$ ;  $p=0,000<0,05$ ]. İlişkinin yönü ve büyüklüğü belirlenirken korelasyon katsayısının önündeki işaretin eksi olması negatif yönlü, artı olması pozitif yönlü ilişkiyi ifade eder (Pallant, 2017). Buna göre; öğretmen adaylarının fen

öğrenme becerileri arttıkça sosyobilimsel konulara yönelik tutumlarının arttığı, fen öğrenme becerileri azaldıkça sosyobilimsel konulara yönelik tutumlarının da azaldığı söylenebilir.

Ayrıca Tablo 6 incelendiğinde öğretmen adaylarının fen okuryazarlıkları ile sosyobilimsel konulara yönelik tutumları arasındaki ilişkinin düşük düzeyde, doğrusal ve pozitif yönde anlamlı olduğu görülmektedir [Pearson  $r=0,205$ ;  $p =0,000<0,05$ ]. Buna göre; öğretmen adaylarının fen okuryazarlıkları arttıkça sosyobilimsel konulara yönelik tutumlarının arttığı, fen okuryazarlıkları azaldıkça sosyobilimsel konulara yönelik tutumlarının da azaldığı söylenebilir.

### **Öğretmen Adaylarının Fen Öğrenme Becerisi ve Fen Okuryazarlık Düzeylerinin Sosyobilimsel Konulara Yönelik Tutumlarının Bir Yordayıcısı Olup Olmadığına İlişkin Elde Edilen Bulgular**

Öğretmen adaylarının fen öğrenme becerisi ve fen okuryazarlık düzeylerinin sosyobilimsel konulara yönelik tutumlarını yordayıp yordamadığı araştırılmak istenmiştir. Bu amaçla veriler homojen olup normal dağılım gösterdiğinden, fen öğrenme becerisi ve fen okuryazarlıklarının sosyobilimsel konulara yönelik tutumları arasında korelasyonel ilişki olduğundan Çoklu Regresyon analizi yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 7’de verilmiştir.

**Tablo 7. Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları**

Değişken	B	S. h.	B	T	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	1,911	0,167	-	11,429	0,000	-	-
Fen Öğrenme Becerisi	0,319	0,038	0,370	8,401	0,000	0,388	0,376
Fen Okuryazarlığı	0,520	0,139	0,165	3,739	0,000	0,205	0,178
<b>R=0,421</b>	<b>R<sup>2</sup>=0,177</b>						
<b>F<sub>(2,429)</sub>=46,246</b>	<b>P=0,000</b>						

Fen öğrenme becerisi ve fen okuryazarlık değişkenleri birlikte sosyobilimsel konulara yönelik tutum puanları ile anlamlı bir ilişki bulunmaktadır [ $R=0,421$ ,  $R^2=0,177$ ,  $p<0,05$ ]. Adı geçen iki değişken birlikte, sosyobilimsel konulara yönelik tutumlardaki toplam varyansın yaklaşık %18 ini açıklamaktadır.

Standardize edilmiş regresyon katsayısına ( $\beta$ ) göre yordayıcı değişkenlerin sosyobilimsel konulara yönelik tutumları üzerindeki görece önem sırası fen öğrenme becerisi ( $\beta=0,370$ ) ve fen

okuryazarlık ( $\beta=0,165$ ) düzeyleridir. Regresyon katsayısının sonuçlarına ilişkin t testi sonuçları incelendiğinde fen öğrenme becerisinin birinci önemli yordayıcı fen okuryazarlığının ikinci önemli yordayıcı olduğu görülmektedir.

### SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu bölümde; araştırmada elde edilen bulgu ve yorumlara dayalı olarak ulaşılan sonuçlara ve bu sonuçlardan yola çıkılarak geliştirilen önerilere yer verilmiştir. Çalışma kapsamında, öğretmen adaylarının fen öğrenme becerileri, fen okuryazarlıkları ve sosyobilimsel konulara yönelik tutumları çeşitli değişkenler açısından araştırılmış ve değinilen değişkenlerin birbirleri ile olan ilişkileri incelemiştir.

Çalışma, sınıf ve fen bilgisi öğretmen adaylarının fen okuryazarlık düzeylerinin ortanın biraz üzerinde olduğu ortaya koymuştur. Yapılan birçok araştırmada sınıf öğretmenliğinde öğrenim gören öğretmen adaylarının fen okuryazarlıklarının düşük düzeyde olduğunu belirtilmektedir (Bacanak, 2002; Huyugüzel Çavaş, 2009). Fen bilgisi öğretmen adaylarının ise fen okuryazarlıklarının orta düzeyde olduğunu ortaya koyan çalışmalar da mevcuttur (Kocabaş, 2004). Fen bilgisi ve sınıf öğretmenliği bölümü öğretmen adaylarının fen okuryazarlıklarının gelişmesinde ve ortanın biraz üzerinde okuryazarlığa sahip olmalarında aldıkları eğitimin kalitesi ve alınan derslerin etkisinden bahsedilebilir. Kocabaş (2004) öğretmen adaylarının fen okuryazarlıklarını ön test son test deneysel modelle incelemiş ve fen-teknoloji-toplum dersi alındıktan sonraki okuryazarlık seviyelerinin alınmadan önceki okuryazarlık seviyelerinden çok daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Caymaz (2008) fen ve teknoloji ve sınıf öğretmeni adaylarının, fen ve teknoloji okuryazarlığına ilişkin öz yeterlik algıları bakımından kendilerini oldukça yeterli düzeyde gördükleri sonucuna ulaşmıştır. Ortaya çıkan bu sonuç ile bu çalışmada elde edilen sınıf ve fen bilgisi öğretmen adaylarının fen okuryazarlık düzeylerinin ortanın biraz üzerinde olduğu sonucu aynı doğrultudadır. Sınıf ve fen bilgisi öğretmen adaylarının fen okuryazarlık düzeylerinin ortanın biraz üzerinde olması, öğrencilerin bilimin hayatlarına etkilerini anlaması ve sadece okulda değil okuldan mezun olduktan sonra da bilimsel bilgi edinmeye ve vatandaş olarak kullanmaya devam edeceklerinin bir göstergesi sayılabilir (Boujaoude, 2002).

Öğretmen adaylarının fen okuryazarlık seviyelerinin cinsiyete göre farklılık gösterdiği ve bu farklılığın kadın öğretmen adaylarının lehine olduğu çalışmanın bulguları arasındadır. Yapılan bu çalışmanın aksine, Bacanak (2002) yaptığı çalışmasında kadın öğretmen adaylarının akademik başarılarının daha yüksek olmasına karşın fen okuryazarlığı testinde erkek öğretmen adaylarının daha başarılı olduklarını tespit etmiştir. Yetişir (2007) çalışmasında sınıf ve fen bilgisi öğretmenliği



birinci sınıfta öğrenim gören adaylarını, Huyugüzel Çavaş (2009) çalışmasında görev yapan sınıf öğretmenlerini incelemiş ve cinsiyete göre fen okuryazarlıklarının değişmediğini tespit etmiştir. Caymaz (2008), fen bilgisi ve sınıf öğretmeni adaylarının, fen ve teknoloji okuryazarlığı öz yeterlik algılarını incelediğinde bu çalışma ile aynı doğrultuda cinsiyet açısından kadınlar lehine anlamlı bir fark elde etmiştir. Özdemir (2011)'in çalışmasında fen okuryazarlığı ortalamasının kadın öğretmenler lehine olması bu çalışma ile benzer sonuçlar taşımaktadır. Bu araştırmada cinsiyetin fen okuryazarlığı üstünde belirleyici bir etkisinin olduğu söylenebilir. Yapılan bu çalışmada sınıf ve fen bilgisi öğretmenliğinde öğrenim gören erkek öğretmen aday sayısının kadın öğretmen sayısına göre düşük olması, kadın öğretmen adaylarının derslerde daha ilgili olmaları ve daha önemseyerek öğrenimlerini tamamlamaları kadın öğretmen adaylarının lehine bir fark çıkmasına sebep olduğu söylenebilir.

Öğretmen adaylarının öğrenim görülen bölüm değişkenine göre fen okuryazarlıkları incelendiğinde, bölüm değişkenine göre anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür. Bu çalışmanın sonuçlarından farklı olarak Işık-Terzi (2008) görev yapan öğretmenleri ile gerçekleştirdiği çalışmasında, fen bilimleri öğretmenlerinin fen okuryazarlık düzeyinin, sınıf öğretmenlerinin fen okuryazarlık düzeyinden daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Çalışmada sınıf ve fen bilgisi öğretmen adaylarının fen okuryazarlıkları arasında fark olmaması sınıf öğretmenliği adayları için olumlu bir durumun göstergesi sayılabilir. Shamos (1995)'a göre üniversiteyi bitirmiş her bireyin gerçek fen okuryazar basamağında olması gerekmektedir. Bu bilinçle verilen eğitim anlayışı sayesinde öğretmen adaylarının fen okuryazarlıkları sınıf ve fen bilgisi öğretmenliği bölümlerine göre farklılık göstermediği düşünülmektedir. Ayrıca sınıf ve fen bilgisi öğretmen adaylarının fen okuryazarı öğretmenler olarak, gelecekte fen okur yazarı öğrenciler yetiştirmenin bilincinde oldukları söylenebilir.

Öğretmen adaylarının fen okuryazarlıkları bilimsel dergi ya da yayın takip etme sıklığına göre incelendiğine anlamlı fark bulunamamıştır. Araştırmada elde edilen bulgular Işık-Terzi'nin (2008) çalışmasında elde ettiği bulgular ile benzerlik göstermektedir. Işık-Terzi çalışmasında fen bilimleri öğretmenlerinin fen alanında süreli ya da süresiz yayın takip etme durumu ile fen okuryazarlığı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Benzer sonuçlar Yakar'ın (2010) çalışmasında da elde edilmiştir. Yani bilimsel dergi ya da kitap takip etme sıklığı fen okuryazarlığı için tek başına yeterli bir etken değildir denilebilir.

Sınıf ve fen bilgisi öğretmen adaylarının fen öğrenme becerileri incelenmiş ve elde edilen bulgulardan yola çıkarak öğretmen adaylarının fen öğrenme beceri düzeylerinin ortanın biraz üzerinde olduğu ortaya konmuştur. Öğretmen adaylarının öğrenim görülen bölüm değişkenine göre

fen öğrenme becerileri incelendiğinde anlamlı bir fark olduğu ve elde edilen bu farklılığın fen bilgisi öğretmen adaylarının lehine olduğu görülmüştür. Fen bilgisi öğretmen adaylarının fen bilimleri ile daha çok ilgili olmaları nedeniyle fen öğrenme becerileri daha gelişmiş olabilir. Öğretmen adaylarının fen öğrenme becerileri cinsiyete ve bilimsel dergi ya da yayın takip etme sıklığına göre incelendiğinde, anlamlı bir fark tespit edilememiştir.

Sosyobilimsel konular toplumu ve bilimi ilgilendiren, fen bilimlerini kaynak alan, tartışmalı olan ve toplumda zıt düşüncelere ve anlaşmazlıklara yol açan konular olarak tanımladığı için (Sadler, 2004: 514; Sadler ve Zeidler, 2005: 5; Topçu, 2015), bu konularda kesin bir yargıya varmak olası değildir. Fakat sosyobilimsel konular sürekli karşımıza çıkan konular olduğundan fen öğretimi ile birlikte ele alınmalıdır. Bu doğrultuda sosyobilimsel konulara ilişkin tutum gün geçtikçe önemli hale gelmektedir. Bu araştırmada öğretmen adaylarının sosyobilimsel konulara yönelik tutumları incelenmiş ve elde edilen bulgular yorumlanmıştır. Bulgular öğretmen adaylarının sosyobilimsel konulara ilişkin tutumlarının orta seviyenin üstünde olduğu ortaya koymuştur. Benzer şekilde Baltacı (2013) da fen ve teknoloji öğretmen adaylarının bir sosyobilimsel konu olan GDO'lu besinlerin öğretimi ile ilgili özyeterliliklerine ilişkin çalışmasında ortanın üzerinde bir öz yeterliliğe sahip olduklarını ortaya koymuştur.

Öğretmen adaylarının sosyobilimsel konulara yönelik tutumları cinsiyete ve öğrenim görülen bölüm değişkenine göre incelendiğinde anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Benzer şekilde Cebesoy ve Dönmez-Şahin (2013) öğretmen adayları ile gerçekleştirdikleri çalışmada cinsiyet ve sınıf değişkeninin sosyobilimsel konulara yönelik tutumlar üzerinde etkisinin olmadığı ve aralarında anlamlı bir ilişkinin olmadığını ortaya koymuşlardır. Bu çalışmanın bulgularından farklı olarak Qin ve Brown (2007) bir sosyobilimsel konu olan genetiği değiştirilmiş ürünlere yönelik yaptıkları araştırmada, cinsiyet değişkenine göre tutumlar arasında anlamlı bir fark bulmuş ve bu farklılığın kadınlar lehine olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu çalışmada elde edilen bulgulara göre cinsiyete ve bölüme göre bir farkın gözlenmemesi ve sosyobilimsel konulara yönelik tutumların ortanın biraz üzerinde olması, bütün öğretmen adaylarının sosyobilimsel konulara yönelik ilgilerinin olduğunun bir göstergesi sayılabilir. Bu durum öğretmen adayları için olumlu bir durum olarak ifade edilebilir. Sosyobilimsel konulara yönelik kullanılan ölçeğin tutum ölçeği olmasından dolayı sosyobilimsel konulara yönelik bilgi düzeyleri hakkında bir yorum yapılamamaktadır.

Öğretmen adaylarının sosyobilimsel konulara ilişkin tutumları bilimsel dergi ya da yayın takip etme sıklığına göre incelendiğinde anlamlı bir fark bulunmuştur. Elde edilen bu farklılık hiçbir zaman bilimsel dergi ya da yayın takip etmeyen ve nadiren takip eden öğretmen adaylarına göre,

her zaman bilimsel dergi ya da yayın takip eden öğretmen adaylarının lehinedir. Literatürde yer alan diğer çalışmalarda öğretmenlerin sosyobilimsel konulardaki bilgilerinin büyük bir kısmını medya yoluyla edindiğini belirtmektedir (Sezer, 2017). Yani bu durum yazılı ve görsel medyanın veya bilimsel dergi ya da kitap takip etmenin sosyobilimsel konuların farkına varma, sosyobilimsel konulara yönelik tutum geliştirme sürecine etkisinin var olduğu ortaya koymaktadır.

Öğretmen adaylarının fen öğrenme becerileri ile fen okuryazarlıkları arasındaki ilişkiye bakıldığında, ilişkinin düşük düzeyde, doğrusal ve pozitif yönde anlamlı olduğu ortaya konmuştur. Buna göre; öğretmen adaylarının fen öğrenme becerileri arttıkça fen okuryazarlık düzeylerinin de arttığı fen öğrenme becerileri azaldıkça fen okuryazarlık düzeylerinin de azaldığı söylenebilir. Öğretmen adaylarının fen öğrenme becerileri ile sosyobilimsel konulara yönelik tutumları arasındaki ilişkinin orta düzeyde, doğrusal ve pozitif yönde anlamlı olduğu ulaşılan sonuçlardan bir tanesidir. Buna göre; öğretmen adaylarının fen öğrenme becerileri arttıkça sosyobilimsel konulara yönelik tutumlarının arttığı, fen öğrenme becerileri azaldıkça sosyobilimsel konulara yönelik tutumlarının da azaldığı söylenebilir. Aslında öğretmen adaylarının fen öğrenme becerileri ile sosyobilimsel konulara yönelik tutumları birbirini destekler niteliktedir. Öğretmen adaylarının fen okuryazarlıkları ile sosyobilimsel konulara yönelik tutumları arasındaki ilişkinin düşük düzeyde, doğrusal ve pozitif yönde anlamlı olduğu görülmektedir Buna göre; öğretmen adaylarının fen okuryazarlıkları arttıkça sosyobilimsel konulara yönelik tutumlarının arttığı, fen okuryazarlıkları azaldıkça sosyobilimsel konulara yönelik tutumlarının da azaldığı söylenebilir.

Fen öğrenme becerisi ve fen okuryazarlık değişkenlerinin birlikte sosyobilimsel konulara yönelik tutumu yordama durumuna bakıldığında, bu iki değişken ile sosyobilimsel konulara yönelik tutum puanları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Değinen iki değişken birlikte, sosyobilimsel konulara yönelik tutumlardaki toplam varyansın yaklaşık %18 ini açıklamaktadır. Elde edilen sonuçlara göre fen öğrenme becerisinin birinci önemli yordayıcı fen okuryazarlığının ikinci önemli yordayıcı olduğu görülmektedir. Bir başka ifade ile fen öğrenme becerisi ve fen okuryazarlığın sosyobilimsel konulara yönelik tutumlar üzerinde önemli bir etkisi vardır.

### Öneriler

- Araştırmada öğretmen adaylarının fen okuryazarlıkları fen öğrenme becerileri ve sosyobilimsel konulara yönelik tutumları bazı demografik değişkenler belirlenerek veriler toplanmıştır. Başka demografik değişkenler belirlenerek benzer bir çalışma ortaya konabilir.
- Elde edilen bulguların arkasında yatan nedenleri öğrenmek için bu araştırma nitel araştırmalarla desteklenebilir.

- Sınıf öğretmenliği bölümü adaylarının fen okuryazarlıklarının artırılması için fen derslerinde iyileştirmeler yapılabilir.
- 2013 yılı öğretim programında teorik olarak kendine yer bulan sosyobilimsel konulara, uygulamada daha çok yer verebilirler ve sosyobilimsel konuların yaşamın bir parçası olduğu farkındalığı kazandırılabilir.
- Fen bilgisi öğretmenliği bölümü için seçmeli sosyobilimsel dersi konulabilir. Bu şekilde öğretmen adaylarının farkındalıklarının artması sağlanabilir.
- Sosyobilimsel konulara ilişkin tutumda bilimsel dergi ya da yayın takip etme sıklığı her zaman olan adaylar lehine fark çıkması göz önüne alınarak öğretmen adaylarının bilimsel dergiye abone olma ya da kitap okumaya teşvik edilmesi sağlanabilir.
- Sınıf ve fen bilgisi öğretmenliği bölümlerindeki cinsiyet dağılımı birbirine daha yakın seçilerek başka üniversitelerde yeni çalışmalar yapılabilir.

### **KAYNAKÇA**

- AbdKhalick, A. ve Jaoude, S. (1997). An Exploratory Study of the Knowledge Base for Science Teaching. *Journal of Research in Science Teaching*, 34(7), 673-699.
- Ayvacı, H. Ş., Bülbül, S. ve Türker, K. (2019). Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Sosyobilimsel Konular Hakkındaki Tutumlarının Sınıf Düzeyine Göre İncelenmesi. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38(2), 17-30.
- Bacanak, A. (2002). Fen bilgisi öğretmen adaylarının fen okuryazarlıkları ile fen- teknoloji-toplum dersinin uygulanışını değerlendirmeye yönelik bir çalışma. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.
- Balım, A. G. ve Taşköyan, S. N. (2007). Fene Yönelik Sorgulayıcı Öğrenme Becerileri Algısı Ölçeğinin Geliştirilmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21, 58-63.
- Baltacı, S. (2013). Fen ve teknoloji öğretmen adaylarının sosyobilimsel bir konudaki (GDO'lu besinler) öğretim öz yeterlilikleri ve bu yeterliliklerin epistemolojik inançlar ile ilişkileri. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bolu.
- BouJaoude, S. (2002). Balance Of Scientific Literacy Themes İn Science Curricula: The Case Of Lebanon. *International Journal of Science Education*, 24(2), 139-156.
- Caymaz, B. (2008). Fen ve teknoloji ve sınıf öğretmeni adaylarının fen ve teknoloji okuryazarlığına ilişkin öz yeterlik algıları. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Cebesoy, B. A. ve Şahin, D. M. (2013). Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Sosyobilimsel Konulara Yönelik Tutumlarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 37, 100-117.
- Chang, H.-P., Chen, C.-C., Guo, G.-J., Cheng, Y.-J., Lin, C.-Y. ve Jen, T.-H. (2011). The Development of A Competence Scale for Learning Science: Inquiry and Communication. *International Journal of Science and Mathematics Education*, 9(5), 1213-1233.
- Çepni, S., Bacanak, A. ve Küçük, M. (2003). Fen Eğitiminin Amaçlarında Değişen Değerler: Fen-Teknoloji-Toplum. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1 (4): 7-29.

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

- Çepni, S., Ayas, A., Johnson, D. ve Turgut, F. (2007). Fizik öğretimi. YÖK/Dünya Bankası Milli Eğitimi Geliştirme Projesi, Ankara.
- Dewey, J. (1997). Experience and thinking. I: Democracy and education. An introduction to the philosophy of Education.
- Duruk, Ü. (2012). İlköğretim ikinci kademe öğrencilerinin fen ve teknoloji okuryazarlığı seviyesinin belirlenmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kocaeli.
- Erkol, M., ve Gül, Ş. (2020). Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Sosyobilimsel Konulara Yönelik Tutumları. *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(1), 9-21.
- Gülhan, F. (2012). Sosyo-Bilimsel konularda bilimsel tartışmanın 8. sınıf öğrencilerinin fen okuryazarlığı, bilimsel tartışmaya eğilim, karar verme becerileri ve bilim-toplum sorunlarına duyarlılıklarına etkisinin araştırılması. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Güneş, F. (1997). Okur-Yazarlık Kavramı ve Düzeyleri. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 27(2).
- Huyugüzel-Çavuş, P. H. (2009). Sınıf öğretmenlerinin fen ve teknoloji okuryazarlıkları ile öğretim yeterliklerinin belirlenmesi. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Işık-Terzi, C. (2008). İlköğretim I. kademede fen ve teknoloji dersini yürüten sınıf öğretmenleri ile II. kademede fen ve teknoloji dersini yürüten fen bilgisi (fen ve teknoloji) öğretmenlerinin fen okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesi ve sonuçların karşılaştırılması. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Muğla Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Muğla.
- Kaptan, F. (1998). *Fen bilgisi öğretimi*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Karasar, N. (1994). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Araştırma Eğitim Danışmanlık.
- Kellner, D. (2002). Yeni Teknolojiler Yeni Okur-Yazarlıklar: Yeni Binyılda Eğitimin Yeniden Yapılandırılması. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 2(1), 105-132.
- Kocabaş, Ö. (2004). Fen bilgisi öğretmen adaylarına fen teknoloji toplum dersinin etkisi ve öğretmen adaylarının derse karşı tutumları. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kolsto, S. O. (2006). Patterns in Students' Argumentation Confronted With a Risk-Focused Socio-Scientific Issue. *International Journal of Science Education*, 28(14), 1689-1716.
- Lewis, J. ve Leach, J. 2006. Discussion Of Socio-Scientific Issues: The Role Of Science Knowledge. *International Journal of Science Education*, 28(11), 1267-1287.
- MEB. (2013). İlköğretim Fen Bilimleri Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu. Ankara: Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- Özdemir, A. (2011). Sınıf öğretmenlerinin fen ve teknoloji okuryazarlık düzeylerinin incelenmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uşak.
- Sadler, T. D. (2004). Informal Reasoning Regarding Socioscientific Issues: A Critical Review of Research. *Journal of Research in Science Teaching*, 41(5): 513-536.
- Klosterman, M. L. ve Sadler, T. D. (2010). Multi-level assessment of scientific content knowledge gains associated with socioscientific issues-based instruction. *International Journal of Science Education*, 32(8), 1017-1043.
- Sadler, T. D. ve Zeidler, D. L. (2004). The Morality of Socioscientific Issues: Construal and Resolution of Genetic Engineering Dilemmas. *Science Education*, 88, 4-27.
- Sadler, T. D. ve Zeidler, D. L. (2005). The Significance of Content Knowledge for Informal Reasoning Regarding Socioscientific Issues: Applying Genetics Knowledge to Genetic Engineering Issues. *Science Education*, 89, 71-93.

- Sadler, T. D. ve Zeidler, D. L. (2009). Scientific Literacy, PISA, and Socioscientific Discourse: Assessment for Progressive Aims of Science Education. *Journal of Research In Science Teaching*, 46(8):909-921.
- Sezer, K. (2017). Görev yapan ve atanmamış fen bilimleri öğretmenlerinin sosyobilimsel konularla ilgili öz yeterlilik ve tutumlarının belirlenmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). On Dokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Üniversitesi, Samsun.
- Soylu, H. (2004). *Fen öğretiminde yeni yaklaşımlar: keşif yoluyla öğrenme*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Sürmeli, H. (2008). Üniversite öğrencilerinin biyoteknoloji ve genetik mühendisliği çalışmaları ile ilgili tutum, bilgi ve biyoetik görüşlerinin değerlendirilmesi. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Şenler, B. (2014). Fen Öğrenme Becerisi Ölçeği'nin Türkçe Uyarlaması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Journal of Theory and Practice in Education*, 10(2): 393-407.
- Tan, M. ve Temiz, B. K. (2003). Fen Öğretiminde Bilimsel Süreç Becerilerinin Yeri ve Önemi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*.13(1): 89-101.
- Topçu, M. S. (2010). Development of Attitudes Towards Socioscientific Issues Scale for Undergraduate Students. *Evaluation & Research in Education*, 23(1), 51-67.
- Topçu, M. S. (2015). *Sosyobilimsel konular ve öğretimi*. Ankara: Pegem.
- Topçu, M. S., Muğaloğlu, Z. E. ve Güven, D. (2014). Fen Eğitiminde Sosyobilimsel Konular. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimler*. 14(6): 2327-2348.
- Türksever, F., Karışan, D. ve Yenilmez-Türkoğlu, A. (2020). Öğretmen Adaylarının Sosyobilimsel Konular Hakkındaki Görüş ve Tutumları ile Dünya Vatandaşlığına Dair Değer Yargılarının İncelenmesi. *Başkent University Journal of Education*, 7(2), 339-354.
- Qin, W. ve Brown, J. L. (2007). Public Reactions to Information about Genetically Engineered Foods: Effects of Information Formats and Male/Female Differences. *Public Understanding of Science* 16(4), 471-488.
- Wu, Y. T. ve Tasai, C. C. (2010). High School Students' Informal Reasoning Regarding a Socio-scientific Issue, with Relation to Scientific Epistemological Beliefs and Cognitive Structures. *International Journal of Science Education*, 33(3): 371-400.
- Yahaya, J. M., Zain, A. M. N. ve Karpudewan, M. (2012). Understanding Socioscientific Issues in a Low Literate Society for The Achievement of The Millennium Development Goals. *World Academy of Science, Engineering and Technology*. 72: 123-126.
- Yakar, A. (2010). Türkiye'nin bazı üniversitelerinin eğitim fakültelerinde öğrenim görmekte olan fen bilgisi öğretmenliği 4. sınıf öğrencilerinin fen okuryazarlık düzeylerinin istatistiksel olarak karşılaştırılması. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Muğla Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Muğla.
- Yetişir, M. İ. (2007). İlköğretim fen bilgisi öğretmenliği ve sınıf öğretmenliği birinci sınıfında okuyan öğretmen adaylarının fen ve teknoloji okuryazarlık düzeyleri. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara
- Zeidler, D. L. ve Keefer, M. (2003). The Role of Moral Reasoning and The Status of Socioscientific Issues in Science Education. in *the role of moral reasoning on socioscientific issues and discourse in science education* (pp. 7-38). Springer Netherlands.

**TÜKETİCİ YÖNLÜ SATIŞ GELİŞTİRME ÇALIŞMALARINDA ARTIRILMIŞ  
GERÇEKLİK KULLANIMI****Doç. Dr. Betül ÖZKAYA\*****Öz**

Son yıllarda pazarlama sektöründe özellikle teknolojinin de gelişmesiyle tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarının kullanım alanı hızla yaygınlaşmaktadır. Bu anlamda firmalar, tüketicilerin ilgisini çekebilmek, tutumlarını değiştirmek ya da olumlu tutumlar geliştirmek, daha sık ve daha fazla miktarda alışveriş yapmalarını sağlamak, satın alma niyeti oluşturmak, onlara daha keşfedici, gerçekçi deneyimler yaşatmak adına tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarında artırılmış gerçeklik teknolojilerini kullanmaktadır. Bu çalışma, artırılmış gerçeklik uygulamalarının tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarına dahil edilmesi durumunda konu ile ilgili farkındalık oluşturmayı ve firmalara sağlayacağı olası getirileri değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada Blippar aracılığıyla artırılmış gerçeklik teknolojilerinin kullanıldığı, biri Amerika'da diğer ikisi Türkiye'de gerçekleştirilen üç farklı tüketici yönlü satış geliştirme kampanyası incelenmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda artırılmış gerçeklik uygulamaları sayesinde zihinlerde merak unsuru yaratılarak pek çok tüketicinin ürüne, markaya ya da mağazaya çekilebileceği, çekilen bu tüketicilerin sosyal medya üzerinden yapacağı paylaşımlar ile firmanın marka imajını geliştirebileceği, sadık müşteri profilini koruyarak müşteri sayısını arttırabileceği ve firmalara rakipleri karşısında sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlayabileceği çıkarımında bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Satış Geliştirme, Tüketici Yönlü Satış Geliştirme, Artırılmış Gerçeklik**USE OF AUGMENTED REALITY ON CONSUMER PROMOTION ACTIVITIES****Abstract**

In recent years, especially with the development of technology in the marketing sector, the use of consumer promotion activities is rapidly becoming widespread. In this regard, companies utilize augmented reality technologies in order to attract the attention of consumers, to change their attitudes, or to develop positive attitudes, to enable more frequent and volume-heavy shopping activities, to create purchase intention and to make more exploratory, realistic experiences for customers. This study aims to raise awareness of the aforementioned issue and evaluate the possible yields it will provide to firms in case the augmented reality applications are included in consumer promotion activities. The study examined three different consumer promotion activities (one in United States and the other two in Turkey), using augmented reality technologies through Blippar. As a result of the review, the augmented reality apps has shown that by creating an element of curiosity in people's minds, many consumers could be drawn into products, brand or store and these consumers could develop the brand image of the company by sharing posts on social media, and firms could increase the number of loyal customers while maintaining a customer profile that can provide a sustainable competitive advantage over competitors.

**Keywords:** Sales Promotion, Consumer Promotion, Augmented Reality

\*Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, ORCID: 0000-0001-6946-9403, betulozkaya@marmara.edu.tr

Araştırma Makalesi. Sayfa Sayısı: 578-611

Makale Geliş Tarihi: 05.02.2021 Makale Kabul Tarihi: 23.03.2021 Makale Yayın Tarihi: 05.05.2021

## Giriş

Bütünleşik pazarlama iletişimi içinde daha çok tüketim ürünlerinde yaygın bir şekilde kullanılan araçlardan biri de tüketicilerin çoğunlukla kampanyalı ürün veya promosyon kavramı ile dile getirdikleri satış geliştirme (sales promotion) çalışmalarıdır. Özellikle marka çeşitliliğinin oldukça arttığı ancak markalar arasındaki algılanan farkların azaldığı günümüzde, yaşanan ekonomik krizlerin de etkisi ile satış geliştirme çalışmalarının tüketicilerin satın alma kararı üzerindeki etkisi artmıştır (Altunışık, Özdemir ve Torlak, 2007: 118; Öztürk, 2003: 213). Satış geliştirme; tüketicilerin, belirli ürün veya hizmetleri daha hızlı ya da daha büyük miktarlarda satın almalarını sağlamak amacıyla tasarlanan, genellikle kısa dönemli ve birbirinden farklı teşvik edici tekniklerin toplamı olarak tanımlanabilir (Kotler, 2000: 597).

Satış geliştirme, seslendiği kitleler açısından ticari satış geliştirme, satış gücüne yönelik satış geliştirme ve tüketici yönlü satış geliştirme olmak üzere üç başlık altında incelenebilir. Bunlardan tüketici yönlü satış geliştirmede üretici ya da perakendeci firma, nihai tüketiciye odaklanmaktadır. Nihai tüketiciler, bireyler olabileceği gibi firmalar da olabilmektedir. Ancak bu çalışma kapsamında, tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarının hedef kitlesi olarak bireyler dikkate alınmaktadır. Tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarının temel özelliği, tüketicileri teşvik edici olmalarıdır. Firmalar, bu çalışmalar yoluyla tüketicilere ürün veya hizmet dışında birtakım ek faydalar sağlayarak onları satın almaya teşvik etmektedir.

Teknolojiyle beraber değişen ve gelişen tüketiciler özellikle değişikliklere ilgili, yeniliklere açık davranmaktadır. Son yıllarda özellikle bilişim teknolojileri alanında oldukça fazla ilgi çeken uygulamalardan biri de yabancı literatürde “Augmented Reality” (AR) olarak ifade edilen “Artırılmış Gerçeklik” teknolojisidir. Artırılmış gerçeklik, her geçen gün hayatımızda daha fazla yer alan ve pek çok alanda çalışmanın yapıldığı bir teknolojidir (İçten ve Bal, 2017: 111). Geniş anlamda artırılmış gerçeklik, geliştirici tarafından saptanan hedef resimler üzerine bilgisayara bağlı bir kamera ile ya da mobil cihazlarda yer alan dahili bir kamera ile bakıldığında yine geliştirici tarafından tasarlanan üç boyutlu nesnenin hedef üzerinde belirerek sanki gerçekten nesne, hedef resmin üzerindeymiş etkisi yaratan ve 2000’li yıllarda tüketicilere kadar ulaşan yeni nesil bir teknolojidir. Ancak son yıllarda mobil cihazların mobil oluşlarının yanı sıra günlük hayata dahil olması, üretkenliği, yaşam kalitesini artırması, yüksek performanslı olmaları artırılmış gerçeklik uygulamalarının bilgisayarlardan mobil cihazlara doğru kaymasına neden olmuştur (Tülü ve Yılmaz, 2012: 183; Göçmen, 2018: 178). Bu bakımdan tabletlerin ve mobil telefonların, tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarında üç boyutlu bir nesneyi etkileşimli bir hale getirerek tüketiciyi



markaya hatta mağazaya çekmesi oldukça önemlidir. Bu teknolojinin tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarında kullanılması ise üzerinde düşünülmesi ve hayal edilmesi zor olan nesnelere ya da sistemleri hayal edilebilir ve düşünülebilir bir formata getirerek bunu gerçek dünya ile ilişkilendirmesi açısından oldukça dikkat çekicidir.

Artırılmış gerçeklik uygulamalarını tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarına entegre etmek, pazarlama sektörünü daha etkin kılabilmesi gibi sektörün geleceği açısından da önemli ve olumlu sonuçlar doğuracaktır. Bu doğrultuda hazırlanan çalışma; artırılmış gerçeklik uygulamalarının tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarına dahil edilmesi durumunda konu ile ilgili farkındalık oluşturmayı ve firmalara sağlayacağı olası getirileri değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda, önce satış geliştirme ve tüketici yönlü satış geliştirme kavramları irdelenecek, ardından tüketici yönlü satış geliştirme teknikleri ile hedef kitle çeşitleri detaylı olarak anlatılacaktır. Daha sonra ise, tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarında artırılmış gerçekliğin kullanımı, Blippar platformunu kapsayan uygulama örnekleri üzerinden incelenecektir. Çalışmanın hem tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarında artırılmış gerçeklik uygulamalarını kullanacak firmalara ışık tutması hem de literatürde bu konuda yapılan çalışmaların azlığı nedeniyle daha sonra yapılacak olan özgün çalışmalara alt yapı oluşturması hedeflenmektedir.

### 1. Satış Geliştirme

Firmalar dönem dönem ürünleri ve hedef kitleleri arasında sıcak temas yaratabilmek, onları satış noktasına çekmek, ürünün sürekli alıcısı haline getirmek, merak uyandırmak, satışların sürekliliğini sağlamak, satışları hareketlendirmek, edinilen değişken müşterileri ve kararsız müşterileri devamlı müşteri yapmak, farkındalık yaratmak, plansız satın almaları artırmak, dağıtım kanallarının desteğini kazanmak, satış elemanlarının motivasyonunu artırmak için bütünleşik pazarlama iletişimi araçlarından birini oluşturan satış geliştirme çalışmalarını kullanmaktadır. Literatürde satış geliştirme çalışmalarını ifade etmek amacıyla satış tutundurma, satış promosyonları, satış teşvik, satış özendirme, satış artırma çabaları gibi kavramlar kullanılmaktadır (Öztürk, 2013a: 65).

Gün geçtikçe geleneksel ve dijital ortamlarda daha farklı uygulamalarla karşımıza çıkan satış geliştirme ile ilgili ulusal ve uluslararası akademik yazında pek çok tanım yer almaktadır. Tek'e göre satış geliştirme, "reklam, halkla ilişkiler, kişisel satış, doğrudan pazarlama ve müşteri ilişkileri faaliyetleri dışında kalan, tüketicilerin ya da kullanıcıların taleplerini harekete geçirmeye ve kanal üyelerinin etkinliğini artırmaya ve/veya özendirmeye yönelik süreklilik göstermeyen kısa dönemde satın almayı teşvik edici özgün bir tutundurma aracıdır" (1999: 780). Belch ve Belch'e göre satış geliştirme, "anında satışı gerçekleştirme birincil hedefiyle, nihai tüketiciye, ürünü dağıtan aracılara

ve satış gücüne teşvik olanağı veya ek bir değer sunan doğrudan teşvik edici araçtır” (2003: 513). Elden’e göre satış geliştirme, “firmaların hedef kitleleri ile markalarının etkileşimini artırmak ve ürünlerin nihai tüketiciler tarafından satın alınmasını sağlamak, satış elemanları ve aracıları ürünün satışı için isteklendirmek gibi amaçlarla planlanan etkinliklerdir” (2009: 82-83). Erdoğan’a göre ise satış geliştirme, “diğer iletişim faaliyetlerini desteklemek amacıyla veya bu faaliyetlerin ikamesi olarak kullanılan, hemen sonuç almayı hedefleyen, kısa süreli çalışmalar” (2013: 9).

Satış geliştirmenin temel amacı; bir ürünün ya da hizmetin tüketiciler tarafından algılanan fiyat ya da değer yapısını değiştirmektir. Diğer bir ifadeyle, satış geliştirme hızlı satış sağlamaya yönelik olmakla birlikte ürünün ya da hizmetin uzun vadede piyasadaki değerini oluşturmaya yardımcı olmaktadır (Öztürk, 2013a: 65-66). Satış geliştirme çalışmaları bu amacı ile ilişkili olarak kısa dönemli karlara odaklanmaktadır (Tığlı ve Pirtini, 2003: 119).

Son yıllarda firmalar, satış geliştirme çalışmalarını hem tüketici pazarlarında hem de endüstriyel pazarlarda oldukça yoğun bir şekilde kullanmaktadır. Bunun başlıca göstergesi de önemli oranda artan satış geliştirme harcamalarıdır (Kotler, 2009:140). Satış geliştirme çalışmalarının önem kazanmasının temel sebepleri şunlardır (Tosun vd., 2018: 17; Tosun, 2014: 417-418; Öztürk, 2013b:104-105; Ergüven, 2013: 35; Mucuk, 2009: 210; Öztürk, 2003: 255; Belch ve Belch, 2003: 515-520);

- Günümüzde sürekli yeni markaların pazara sunulması ve markalar arası benzerliklerin artması marka bağlılığının azalmasına yol açmaktadır. Firmaların ürünlerini rakiplerinden gerçek anlamda farklılaştıramamaları sebebiyle satış geliştirme çalışmaları, ürünleri farklılaştırıcı bir yol olarak görülmektedir.
- Karmaşık ve her geçen gün değişen pazar koşulları, birçok markayı kısa vadeli pazarlama stratejilerine mecbur etmektedir. Pazarlama iletişimi çalışmalarına büyük yatırımlar yapmak istemeyen birçok firma da etkisini hemen gösteren bir araç olarak satış geliştirmeyi tercih etmektedir.
- Bütünleşik pazarlama iletişimi araçları içerisinde ölçülebilirliğe en fazla hizmet eden araçlardan birisi de satış geliştirmedir. Stok yönetim sistemleri ile anlık verilere ulaşmak ve satış geliştirme çalışmalarını bu verilere göre düzenlemek oldukça kolaydır. Belirli bir kampanya dönemi söz konusu ise, bu dönemin sonunda elde edilen rakamlar yine birçok veriyi firmaların hizmetine sunmaktadır.

- Günümüzde perakendecilerin üretici firmalar karşısında daha güçlü bir konuma sahip olmasına bağlı olarak, perakendeciler satış teklifi sunan aktörlere dönüşmeye başlamıştır. Üretici firmalar da bu dönüşümle birlikte ürünlerini satabilmek amacıyla daha fazla satış geliştirme çalışmalarına başvurmak zorunda kalmaktadırlar.
- Homojen olmayan diğer bir ifadeyle heterojen pazar, farklı pazar bölümlerinin ortaya çıkmasına sebep olmakla birlikte bu pazar bölümlerine hitap etmek reklam maliyetlerini daha çok arttırmaktadır. Bu anlamda, satış geliştirme, farklı pazar bölümlerine ulaşmada çeşitli teknikleri kullanma olanağı sağlamaktadır.
- Gelişen teknoloji ile birlikte ikame ürünler ve dolayısıyla markalar arasındaki rekabetin yoğunlaşması tüketicilerin de fiyata karşı duyarlılığını artırmıştır.
- Tüketici davranışlarında son yıllarda sürekli olarak değişim yaşanması ile birlikte istekler ve promosyon beklentileri en üst düzeye çıkmıştır. Tüketiciler, artık marka ile kurdukları ilişkinin özellikle her anından yüzde yüz tatmin olmayı beklemektedir.
- Ürün yaşam döngülerinin hızlı ve kısa olması, firmaların satış geliştirme çalışmalarına daha fazla ağırlık vermelerini gerektirmiştir.

Satış geliştirme, bugünün firmalarının bütünleşik pazarlama iletişimi kampanyalarında önemli bir rol oynamaktadır (Erdoğan, 2013: 10). Bu kampanyalarda satış geliştirme çalışmalarının etkili olabilmesi için, diğer pazarlama iletişimi araçlarında olduğu gibi iyi bir planlamanın yapılması gerekmektedir. Satış geliştirme kısa dönemde sonuç almayı hedeflediği için, öncelikle spesifik, ölçülebilir amaçlar saptanmalıdır. İkinci olarak belirlenen amaca uygun mesajlar hazırlanarak diğer iletişim araçları tespit edilmelidir. Uygun yöntem ve teknikler seçildikten sonra da zaman belirlenmeli ve uygulamaya geçilmelidir. Böylece sonuçları kusursuz bir şekilde takip etmek mümkün olabilmektedir. Ancak satış geliştirme, çoğunlukla tek başına değil, diğer araçlar ile birlikte bütünleştirilip eşgüdüm sağlanacak şekilde kullanıldığında daha etkin sonuçlar alma olasılığı artmaktadır (Kesebir, 1988: 9; Fırlar ve Yeygel, 2004: 183; Mucuk, 2009: 212). Bu çerçevede satış geliştirmenin ana fonksiyonu, kişisel satış ve reklamı tamamlayarak bunlar arasında eşgüdümü sağlamasıdır. Aynı zamanda satış geliştirme, reklam ve kişisel satış yoluyla verilen satış mesajlarını zenginleştirebilmektedir. Diğer yandan reklam, tüketici kitleleri; kişisel satış genellikle bireysel olarak tüketicileri hedef alırken satış geliştirme ise dağıtım kanalı, perakendeciler, satış gücü ya da belirli grup tüketiciler gibi açık olarak ifade edilebilen spesifik ve küçük gruplara yönelmektedir (Mucuk, 2009: 211).

İş dünyasında pek çok kişi satış geliştirmeyi reklam kavramıyla eş anlamlı olarak kullansa da aralarında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılıklar arasında en önemli üç nokta şu şekilde

sıralanabilir. İlk olarak, reklamda ortam, medya, mecra gibi isimler ile tanımlanan reklam aracına başka firmalar sahip olduğu ve hatta denetlediği halde, satış geliştirmede firma kendi yöntem ve teknikleri ile tüketicilere bilgi vermekte ve onları etkilemeye çalışmaktadır. İkinci olarak satış geliştirme, reklamdaki farklı bir şekilde, rutin olmayan diğer bir ifadeyle tekrarlanmayan işlerle uğraşmaktadır (Mucuk, 2009: 210-221). Üçüncü olarak ise reklam tüketici davranışlarından çok zihinler üzerinde, satış geliştirme ise davranışlar üzerinde etkili olmaktadır.

Tüketicilerin ürün satın alımını tetikleme hatta özendirme amacı taşıyan aynı zamanda kişisel satış, reklam gibi araçlara göre pazarlama iletişimi harcamalarının büyük bir bölümünü oluşturan satış geliştirme çalışmalarının firmalar tarafından geleneksel ve çevrimiçi ortamlarda kullanımı, özellikle son yıllarda önemli ölçüde artış göstermiştir. Bu nedenle, günümüz tüketicileri, yoğun olarak satış geliştirme çalışmalarına maruz kalmakta ve bu çalışmalardan oldukça sık bir şekilde faydalanmaktadır (Özer ve Özer, 2016: 52-53).

Satış geliştirme çalışmaları, çok sayıda heterojen faaliyetten oluştuğu için bunları sınıflandırmak oldukça zordur. Ancak satış geliştirme; seslendiği kitleler açısından üçe ayrılmaktadır (Tosun vd., 2018: 18-23; Tosun, 2014: 421-423; Yükselen, 2003: 330-331; Öztürk, 2003: 225; Ecer ve Canitez, 2003: 205; Mucuk, 2009: 212-213; Oluç, 2006: 636-638; Kotler, 2005: 152-153; Odabaşı ve Oyman, 2010: 203);

- Ticari satış geliştirmede üretici firmalar, sunmakta oldukları ürünleri stoklama, sergileme ve reklamını yapmaya ikna edebilmek amacıyla dağıtım kanallarına çeşitli tekliflerde bulunmaktadır.
- Satış gücüne yönelik satış geliştirmede üretici firma, satış elemanlarının motivasyonlarının artırılması, daha verimli çalışmalarının sağlanması için çeşitli eğitimler, programlar, ekipmanlar veya ücretlendirme gibi çeşitli uygulamalar kullanmaktadır.
- Tüketici yönlü satış geliştirmede ise üretici ya da perakendeci firma nihai tüketiciye odaklanmaktadır. Nihai tüketiciler, bireyler veya ev halkı olabileceği gibi ürünü tüketen bir firma da olabilir (Çakır, 2016: 336). Ancak bu çalışma kapsamında, nihai tüketici olarak bireyler dikkate alınacaktır.

## 2. Tüketici Yönlü Satış Geliştirme

Tüketici promosyonu adı da verilen tüketici yönlü satış geliştirme (consumer promotion), tüketiciyi satın almaya motive eden kısa dönemli etkiye sahip teşvik tekniklerinden oluşmaktadır (Mucuk, 2009: 209, 212). Tüketici yönlü satış geliştirme çalışmaları, genellikle sınırlı bir zaman periyodu içinde uygulanan (Tığlı ve Pirtini, 2003: 120) satış teşviklerini oluşturmakla birlikte anında davranışsal tepki yaratmaya da yöneliktir. Bu tür teşvikler, kısa bir dönem için

sunulduğundan tüketicilerin bu teşvikten yararlanabilmesi için hemen satın alması gerekmektedir. Bu nedenle, satışlar üzerinde kısa zamanda gerçekleşebilecek doğrudan bir etkisi bulunmaktadır (Öztürk, 2013a: 66).

Tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarının temel amaçları; kısa dönemde satışları artırmak, farkındalık oluşturmak, uzun dönemde pazar payını artırmak, mağaza veya marka bağlılığını artırmak, rekabet avantajı sağlamak, markanın kullanımını artırmak, yeni ürünlerin tanıtılmasına yardımcı olmak, markalar arasında geçişi sağlamak, tüketicilerin markayı merak etmelerini sağlamak, markanın tüketici tarafından denenmesini sağlamak, tüketiciler arasında yarışma ve kazanma duygusu yaratarak ürüne ilişkin olumlu tutum geliştirmek, reklam ve kişisel satış faaliyetlerini desteklemek, tüketicilerin markayı tekrar satın almalarını teşvik etmek, tüketiciyi motive ederek planlanmamış satın almaları desteklemek, tüketicilerin büyük miktarlarda satın almalarını sağlamak, mevcut müşterileri korumak ya da müşterilerin rakip markalara kaymasını önlemek, belli bir pazar bölümünü hedeflemek, mevsimlik, coğrafik veya özel olaylardan yararlanmak, marka değeri oluşturmak, rakiplerin reklam ve satış geliştirme çalışmalarının etkisini azaltmak, sadık müşterileri ödüllendirmek, yeni ürünün ürün hayat eğrisindeki giriş aşamasını geçmesini sağlamak, satın alma sıklığını ve oranını artırmak, tüketicilere yönelik veri tabanı oluşturacak bilginin toplanmasını kolaylaştırmaktır (Yükselen, 2003: 329; Mucuk, 2009: 212; Odabaşı ve Oyman, 2010:196; Erdem, 2006: 372; Öztürk, 2013b: 68-69).

Tüketici yönlü satış geliştirmenin fiziksel ürünler, özellikle de hızlı tüketim ürünleri için sıkça kullanıldığı görülmektedir. Ancak tüketici yönlü satış geliştirme, sadece fiziksel ürünler için geçerli olmamaktadır. Bunun yanında, günümüzde hizmet sektöründe yer alan firmaların da (örneğin; bankalar, oteller, havayolu şirketleri, alışveriş merkezleri gibi) benzer tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarından yararlandıkları görülmektedir (Öztürk, 2013a: 66). Ayrıca tüketici yönlü satış geliştirme; yeni bir ürün, marka veya üründe herhangi bir değişiklik yapıldığında oldukça önemli bir etkinliğe sahipken, üründe hiçbir değişim söz konusu değilse etkin çalışmalar olmaktan çıkmaktadır. Aynı şekilde tüketici yönlü satış geliştirme çalışmaları, ürün yaşam döngüsünde son aşamaya gelen ve pazarı sürekli daralan ürünler için çok etkili olmamaktadır (Odabaşı ve Oyman, 2010: 198, 203).

Tüketici yönlü satış geliştirme çalışmaları üç grupta toplanabilir (Gülçubuk, 2007: 68);

- Üretici firmanın doğrudan tüketicilere satış noktasında, satış noktası sahibi ile beraber ortaklaşa ya da kendi adına yaptığı, raflarda daha çok yer almaya, görünürlüğü artırmaya ilişkin satış geliştirme çalışmaları,

- Üretici firmanın doğrudan tüketicilere satış noktası dışında, örneğin; çalıştıkları iş yerlerinde, evlerinde, boş zamanlarını değerlendirebilecekleri ortamlarda yaptığı satış geliştirme çalışmaları,
- Perakendecinin, üretici firmadan bağımsız bir şekilde satış noktalarında kendi inisiyatifi doğrultusunda yaptığı satış geliştirme çalışmaları.

Bugüne bakıldığında gerçekte tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarının özde aynı kalmakla birlikte farklılaşan bilişim teknolojileri ile boyut değiştirdiği ifade edilebilir. Tüketici yönlü satış geliştirme çalışmaları, internette bazen aşırı derecede uygulama imkânı bulan pazarlama iletişimi faaliyetlerinin başında gelmektedir. Firmalar, internet sitelerine ziyaretleri artırmak amacıyla bu tür çalışmalarda bulunmaktadır. Diğer yandan internette yürütülecek bir tüketici yönlü satış geliştirme kampanyası söz konusu olduğunda hazırlanması gereken planın aşamaları, gerçekte geleneksel ortamda gerçekleştirilenlerden pek de farklı değildir. Ancak internet ortamındaki tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarının geleneksel ortamda gerçekleştirilen çalışmalardan en önemli farkı, hızlı bir şekilde spesifik bir hedef kitle grubuna hitap edilmesidir. Buna göre tüketicileri temsilen bu hedef kitle grubuna yapılabilecek teklifler de farklılaşmaktadır. Bunun yanında internet yoluyla sadece çevrimiçi (online) tüketici yönlü satış geliştirme çalışmaları gerçekleştirilmemekte, firmaların çevrimdışı (offline) tüketici yönlü satış geliştirme çalışmaları da desteklenmektedir. Ayrıca günümüzde özellikle internet üzerinden yürütülen tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarında dağıtım maliyetlerinin tamamen ortadan kalktığı görülmektedir. Milyonlarca tüketiciye erişimin yanı sıra tüketicilerle kişisel bağlantıyı mümkün kılan internetin sunduğu diğer bir avantaj ise, tüketiciyi oyuna dahil etmesi veya tüketicinin kendisini oyunun bir parçasıymış gibi hissetmesini sağlamasıdır. İnternette etkin olarak işleyen tüketici yönlü satış geliştirme çalışmaları, çoğu kez reklam faaliyetleri ile kombine edilerek kullanılmaktadır (Aksoy, 2009: 174-175; Fırlar ve Yeygel, 2004: 182-183; Haşiloğlu, 2007: 46).

Tüketici yönlü satış geliştirme çalışmaları, kısa dönemde önemli satış başarıları getirebilir. Fakat bu çalışmalar yanlış uygulandığında istenmeyen sonuçlar ortaya çıkabilmektedir. Mevsimlik veya konjonktürel dalgalanmalar dikkate alınmadığında ya da bu çalışmalar uzun süre ve dikkatsizce uygulandığında tüketicilerde ürünün fiyatına ve niteliğine ilişkin önemli şüpheler uyanmasına (Cemalcılar, 1983: 355) ve sürekli promosyon beklentisi oluşmasına sebep olabilmektedir. Burada sürekli promosyon beklentisi, normal dönemlerde satış kaybına ve satın alma kararlarının ertelenmesine yol açabilir. Öte yandan zamansız uygulamalar nedeniyle, daha önce ürün satın almış tüketicilerde “kandırılmış olma” gibi bazı duygular oluşabilmektedir (Altunışık, Özdemir ve Torlak, 2007: 119). Bu nedenle rekabetin yoğun olduğu özellikle de

oligopol piyasasında fiyat dışı rekabetin yoğun olduğu ortamlarda bu çalışmalar daha etkin bir şekilde uygulanabilir (Odabaşı ve Oyman, 2010: 197). Diğer yandan firmalar, marka imajı ile uyuşan veya marka imajını yükselten ve değer katan tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarını tercih etmelidir. Ayrıca bu tür çalışmalar bazı durumlarda ürünün ya da markanın önüne geçebilmektedir (Tıgılı ve Pirtini, 2003: 120).

### 2.1. Tüketici Yönlü Satış Geliştirme Teknikleri

Kitchen ve Pelsmacker; tüketici yönlü satış geliştirme tekniklerini, ürün temelli, para temelli ve ödül temelli olmak üzere üçe ayırmaktadır (2004: 52);

1) *Ürün Temelli Satış Geliştirme Teknikleri*: Bu teknikler ürün üzerinden kurgulanmakta olup hediye dağıtım, hediyeli paketler ve örnek/numune ürün dağıtım şeklinde gerçekleştirilebilir. Hediyeler, ürünü satın alan tüketicilere düşük fiyatla veya ücretsiz olarak sunulan maddesel teşvikler olarak tanımlanır. Firmalar ürünün yanında verilen hediyeler ile ürünün satın alınmasını tüketiciler için daha çekici kılmaya çalışırlar (Öztürk, 2013: 70). Hediyeler, tutunmuş ürünlerin farklı boyutlarını pazara sunmak veya başka pazarlama iletişimi faaliyetlerine katkı sağlamak amacıyla kullanılmakla birlikte marka bağlılığı yaratılmasında da önemli rol oynamaktadır (Oluç, 2006: 643). Öte yandan dağıtılacak hediyeler, firmanın hedef kitlesinin beklentilerine ve özelliklerine uygun olarak seçilmelidir. Çünkü tüketiciler hediye beğenirse satın alma olasılığı artacaktır. Dolayısıyla potansiyel tüketicilerin psikografik ve demografik özelliklerinin firma tarafından bilinmesi gerekmektedir (Odabaşı ve Oyman, 2010: 210-211). Diğer yandan, hediye dağıtımından yavaş satılan bazı ürünlerin satışının artırılmasında veya ürünlerin rakip ürünlere karşı üstünlüklerinin tüketicilere öğretilmesinde ya da yeni ürünlerin tanıtım aşamasında yararlanılabilir. Özellikle satışların düşük olduğu mevsimlerde ya da bölgelerde hediyeler vererek satışları canlandırmak ve böylece toplam satış hacmini artırmak mümkündür. Ancak hediye yoluyla ürün pazarlanmasında, hediye verme sona erdikten sonra satışlarda düşme görülmektedir. Bu nedenle, satışları belirli bir alt düzeyde tutabilmek için reklam ve diğer bütünleşik pazarlama iletişimi faaliyetlerini belirli aralıklarla sürdürmek gerekmektedir. Öte yandan tüketiciler özellikle ödedikleri ücret değişmeden hediye almaktan memnun kalmakla birlikte bu durum sürekli bir beklentiye de dönüşebilmektedir. Bununla birlikte tüketici, marka tercihinden ziyade hediyeli ürün arayışına girer ise, bu durumdan rekabet halindeki tüm markaların zarar görebileceği söylenebilir (Ergüven, 2013: 35).

Dağıtılacak hediyeler doğrudan hediyeler ve posta hediyeleri olmak üzere iki grupta toplanabilir (Odabaşı ve Oyman, 2010: 211);

- *Doğrudan Hediyeler*: Tüketicinin hemen ve doğrudan harekete geçmesini yönelik tekniklerdir. Bu grupta, tüketicinin satın aldığı ürün veya hizmetin karşılığında hemen bir

... hediye verilmektedir. Bunlar; bir ürün örneğinin diğeri bir ürünle birlikte hediye verilmesi (örneğin; bulaşık makinası deterjanı paketine iliştirilmiş şekilde bulaşık makinası parlaticısının hediye edilmesi), ürün paketinin içinde hediye verilmesi (örneğin; kahvaltı gevreği paketleri içinde verilen oyuncaklar), ürün paketi üstünde hediye verilmesi (örneğin; Coca-Cola şişesine iliştirilmiş şekilde bardak hediye edilmesi) ve ürünün kendinden bağımsız bir şekilde değeri olan bir ambalaj içerisinde sunulması (örneğin; saklama kabı içinde sunulan toz deterjan veya şık bir bardak içinde sunulan gıda ürünü) şeklinde gerçekleşebilir.

- *Posta Hediyeleri:* Satın alma anında ve satın alma noktasında verilen hediyelere alternatif olarak posta yoluyla gönderilen hediyeler kullanılmaktadır (Öztürk, 2013b:113). Tüketicinin yapmış olduğı satın alımı ispatlaması karşılığında tüketiciye kimi zaman bedava kimi zaman ise bir miktar para karşılığında verilen hediyelerdir. Diğeri bir ifadeyle belirli sayıda satın alma kanıtını (örneğin; ürün kapağı veya ürün etiketi gibi) gönderen tüketicilere hediyeler posta ile gönderilmektedir. Birden fazla satın alma kanıtı istenildiğinde ise tüketici hediyeye sahip olabilmek için kısa zaman içinde çok sayıda ürün satın almaktadır. Özellikle çocuklara yönelik uygulama alanları söz konusu olan bu tür teknikler, son dönemlerde meşrubat üreticileri tarafından sıkça kullanılmaktadır.

Hediyeli paketler ise, özel bir ürün paketinin içine ek ürünler konulması ile oluşturulur. Böylece, tüketici ürünün normal paket fiyatını veya bu fiyatın daha azını ödeyerek, daha fazla miktarda ürün satın alabilir. Burada ürünün ekstra olarak sunulan miktarı, tüketiciye ürünü satın aldığı için verilen bir hediye olarak düşünüldüğünden “hediyeli paketler” olarak tanımlanır. Hediyeli paketlerin bonus paketler ve çoklu paketler olmak üzere iki tür uygulaması söz konusudur. Bonus paketlerde, daha fazla miktarda ürün içeren büyük paketler, ürünün normal paket fiyatı ile satılabileceğı gibi daha düşük fiyatla da satılabilmektedir. Örneğin; çay, deterjan gibi ambalajlı tüketim ürünlerinde “aynı fiyata şimdi %20 daha fazla” şeklinde sıkça görülmektedir (Odabaşı ve Oyman, 2010: 213). Uygulamada hediyeler, normal paketteki ürünlerin %20’si ile %100’ü arasında değişmekte ve en sık %30 hediye kullanımı görülmektedir (Çakır, 2016: 346). Bonus paketler, üretim ve paketleme esnekliğine sahip olan firmalar için kullanılır. Çoklu paketlerde de aynı ürünün bir kaç birimi bir araya getirilip paketlenmekte, paket içerisinde bulunan ek birim tüketiciye ücretsiz veya düşük fiyatla satılmaktadır. Örneğin; firma iki adet sütü bir arada paketleyerek ikili paketi bir adet fiyatına satmaktadır. Diğeri bir ifadeyle “iki tane al bir tane fiyatı öde” şeklinde uygulanmaktadır. Hatta son dönemlerde otomobil lastiğı üreticileri, tüketicileri kendi markalarına çekmek için üç yeni lastik alana dördüncüyü hediye etmektedir (Öztürk, 2013a:70). Çoklu paketler, paketleme konusunda esnekliğe sahip olmayan firmalar tarafından kullanılır. Hediyeli paketlerin



...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

amacı; ürünün kullanımını artırmak, marka değişimini cesaretlendirmek, rekabetçi faaliyetlere diğer firmalardan önce başvurmak, tüketici bağlılığını artırmak ve yeni kullanıcıları çekmektir.

Kalabalık ve rekabetin oldukça yoğun olduğu pazarlara yeni bir ürün ya da marka ile girmek son derece zordur. Böyle durumlarda yeni ya da geliştirilmiş ürünün denenmesini özendirme, tüketicilerin ürün ile kısa sürede tanışmasını sağlamak, satış hacmini artırmak, satışları hızlandırmak, tüketicilerle ilgili bilgi edinmek ve marka adını duyurabilmek için örnek ürünler, tüketiciye ücretsiz/bedava dağıtılabileceği gibi az bir ücret karşılığında da dağıtılabılır (Yükselen, 2003: 330; Elden, 2009: 81; Odabaşı ve Oyman, 2010: 205; Ergüven, 2013: 35; Çakır, 2016: 345). Özellikle ürünün kullanılması ve anlaşılması zor hatta karmaşık bir ürün olması bu tekniğin etkinliğinin artmasını sağlamaktadır (Öztürk, 2013b:112). Örnek ürünler ile ürünü deneme fırsatını bulan tüketiciler ve üründen memnun kalan tüketiciler kazanılmış tüketicileri oluşturmaktadır (Ünsal, 1984: 462). Örnek ürün dağıtımında, ürünler gerçek boyutuyla tüketiciye ulaştırılabileceği gibi denenebilmesi için tasarlanmış küçük bir boyutta da tüketicilere ulaştırılabilir. Tüketicilerin ürün hakkında bilgi sahibi olması açısından örnek ürünlerin dağıtımını en etkili tekniklerden biri olarak görülmesine karşın yüksek maliyetli bir tekniktir. Bu nedenle firmalar tarafından her zaman kullanılması mümkün değildir. Ürünlerin rakip firmaların ürünleri karşısında farklılaştırıcı bir özelliği veya üstünlüğü varsa, ayrıca bu özellik tüketiciler tarafından çok kolay algılanabiliyorsa, örnek ürün dağıtımını oldukça uygun bir teknik olarak görülebilir. Bununla birlikte posta ve internet yoluyla, şehir merkezi ve fuarlarda, evlere (kapıdan kapıya), ürün ambalajı üzerinde ya da medya (gazete ve dergiler), profesyonel kişiler, toptancılar ve kurumlar aracılığıyla da örnek ürün dağıtımını yapılabilir (Yükselen, 2003: 330; Bozkurt, 2004: 260-263; Odabaşı ve Oyman, 2010: 204-205; Öztürk, 2013a: 69-70; Çakır, 2016: 345). Bunlar arasında özellikle internet tabanlı örnek ürün dağıtım kampanyaları, son yıllarda firmalar ve tüketiciler arasında oldukça popüler hale gelmiştir. Çevrimiçi örnek ürün dağıtımında firmalar, örneğin; herhangi bir dergi, kozmetik, gıda vb. ürünü bedava olarak tüketiciye göndermekte, ancak bu ürünü bedava almak isteyen potansiyel tüketicilerin bir form ya da anket doldurması gerekmektedir. Form ya da anket yoluyla tüketicilerin isimlerini, adreslerini ve e-posta adreslerini diğer bir ifadeyle kişisel bilgilerini alan firmalar, hem veri tabanlarına eklemek üzere ek bilgiler toplamakta hem de sadece ürünleri talep eden tüketicilere örnek ürün dağıtmaktadır (Kırcova, 2005: 105; Çakır, 2016: 346).

2) *Para Temelli Satış Geliştirme Teknikleri*: Bu teknikler kuponlar, fiyat indirimleri/iskontoları, nakit/para iadeleri ve alışveriş/mağaza/sadakat kartlarından oluşmaktadır. Kuponlar; değişik yöntemlerle dağıtılan, üzerinde parasal değer yazılı olan, tüketiciye ürünü satın aldığı anda üzerindeki yazılı değer kadar fiyat indirimi sağlayan tekniklerdir (Öztürk, 2003: 256; Bozkurt, 2004: 263; Erdem, 2006: 38). Bu çerçevede bir ürünün fiyatının tüketiciye azaltılmış

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

olarak yansıtılmasına yarayan kuponlar, ürünü satın alan tüketicilerin yeniden satın almalarını özendirmek, yeni veya geliştirilmiş ürünlerin denenmesini veya satış hacmini çok hızlı artırmak, yeni özellikler eklenmiş, boyutları değiştirilmiş, büyütülmüş ürün paketlerini pazara sunmak amacıyla kullanılan tekniklerdir (Oluç, 2006: 642). Tüketici yönlü satış geliştirme amaçlarının tam olarak gerçekleşmesine imkân tanıyan kuponlar, kısa dönemliliği de çok iyi yansıtmaktadır. Tüketicilerin oldukça hızlı bir şekilde kullanabileceği bir teknik olduğundan, tüketici yönlü satış geliştirmenin hızlı olması amacıyla da uyum sağlamaktadır (Öztürk, 2013b: 110). Farklılaşma yaratmada ve sürdürülebilir rekabette avantaj sağlayan kuponların (Yükselen, 2003: 331) tüketicilere ulaştırılmasında çeşitli yöntemler bulunmaktadır. Bu yöntemler yazılı medya (gazete, dergi gibi) yoluyla kupon dağıtımı, doğrudan postalama yoluyla kupon dağıtımı, mağaza içinde kasada veya satış noktasında kupon dağıtımı, paket içi veya paket üzerinde kupon dağıtımı ile firmanın internet sitesi gibi çevrimiçi ortamlarda kupon dağıtımı olarak sıralanabilir. Ancak son yıllarda tüketiciler, çevrimiçi ortamlarda dağıtılan kuponlara yöneldikleri için diğer kupon dağıtım yöntemlerinin kullanımı, firmalar tarafından oldukça azalmıştır. Dolayısıyla dijital kuponlar, her geçen gün popülerliğini artırmaya devam etmektedir. Özellikle internet sitelerine üyelik sayısını artırmak isteyen firmalar, tüketicileri teşvik etmek için kupon dağıtımı gerçekleştirmektedirler. İnternet siteleri, tüketicilerin dijital kuponları keşfetmesini, cep telefonlarına indirebilmelerini veya bir alışveriş kartına transfer edebilmelerini kolay hale getirmektedir. Günümüzde perakende satış yapan pek çok firma, tüketicilerin cep telefonlarından kuponları paraya çevirebilen teknolojiler kullanmalarına fırsat tanımaktadır. Böylece dijital kuponların kullanım kolaylığı, bu kuponların hem daha fazla rağbet görmesini teşvik etmekte hem de psikolojik ve ekonomik doyum sağlamaktadır (Çakır, 2016: 338-339; Fırlar ve Yeygel, 2004: 185).

Fiyat indirimleri, satış geliştirme çalışmaları içinde tüketiciyi en çok memnun eden tekniklerden biri olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda fiyat indirimlerinin, tüketiciler açısından özendirme öncesi ile özendirme sonrası karşılaştırmada çok daha basit bir teknik olduğu söylenebilir (Tıgılı ve Pirtini, 2003: 121). Firmalar tarafından uygulanması oldukça kolay olan fiyat indirimleri, bir ürünün fiyatının firma tarafından geçici olarak düşürülmesidir. Düşük fiyat, satın alma davranışının finansal riskini azalttığı için tüketicileri, yeni ürünleri denemeleri açısından teşvik etmektedir. Fiyat indirimlerinde, ürünün fiyatı üzerinden indirim yapılmakla birlikte indirimin miktarı etiket veya paketin üzerinde tüketiciye bildirilmektedir. Fiyat indirimleri, tüketicileri genellikle daha pahalı markaları ya da daha önce hiç satın almadıkları ürünleri satın almaya teşvik eder. Özellikle günümüzde sık sık yaşanan ekonomik durgunluk dönemlerinde firmalar pazarlarda oluşan durgunluğu aşmak için fiyat indirimleri uygulamaktadırlar. Bazı perakendeciler alışverişini

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

artırmak için haftanın belirlenen günlerinde, belirli ürünlerin normal fiyatından daha ucuza satıldığı fiyat indirimleri gerçekleştirmektedir (Öztürk, 2013a: 71). Bu indirimler, sık sık satın alınan ve düşük fiyatlı dayanıksız tüketim ürünleri ile yeni ürünler için geçerli olan çalışmalardır (Bozkurt, 2004: 276). Fiyat indirimleri, iki sebepten dolayı başarılı tüketici yönlü satış geliştirme çalışmaları olarak nitelendirilmektedir. İlk olarak, fiyat indirimleri tüketicilere, parasal tasarruf açısından çekici gelmektedir. İkinci olarak, tüketicilere anında ödülleri verilmektedir. Aynı zamanda fiyat indirimi, satışları kısa dönemde artırmanın en etkili yollarından biri olarak tüketicilerin ihtiyaçlarından çok daha fazla miktarda satın alım yapmalarına neden olmaktadır (Elden, 2009: 81; Ergüven, 2013: 34).

Nakit iadeleri, ürünün satışını artırmaya yönelik olarak, satın alma eylemini gerçekleştiren tüketicilere belirli bir miktar nakitin geri verilmesini ifade etmektedir (Öztürk, 2013b:111). Örneğin; dayanıklı (beyaz eşya, otomobil vb.) ve dayanıksız ürünler (gıda, giyim vb.) için yapılan nakit iadelerinde tüketiciler, ürünü satın aldıklarını gösteren satın alma kanıtlarını (örneğin; margarin paketlerinin kulakçıkları veya içecek şişelerinin kapakları gibi) perakendeciye sunduklarında ya da posta yoluyla üreticiye ulaştırdıklarında, ürün fiyatının belirli bir oranı kendilerine geri ödenmektedir. Böylece firma, tüketicinin ürünü denemesini ve birden fazla satın alım yapmasını özendirmeye çalışmaktadır. Ürünlerde gerçekleştirilen geçici indirimler olarak değerlendirilen nakit iadesinde, özellikle yeni ürünlerin deneme kullanımının artırılması düşük bir maliyetle sağlanmış olmaktadır (Öztürk, 2003: 257; Oluç, 2006: 642). Bununla birlikte nakit iadeleri, diğer tüketici yönlü satış geliştirme tekniklerinin uygun olmadığı ve özellikle rakip firmalar yoğun kampanyalara yöneldiklerinde ve marka bağımlılığının yüksek olmadığı durumlarda etkili olan bir tekniktir (Odabaşı ve Oyman, 2010: 208).

Alışveriş kartları ise tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarında en çok kullanılan tekniklerden biridir. Alışveriş kartları, üretici veya perakendeci firmaların tüketicilere genellikle ücretsiz olarak verdikleri ve alışveriş yapıldığında belirli ürün ya da hizmetlerde indirim sağlayan kartlardır. Hizmet işletmelerinin yanı sıra perakendeciler tarafından da uzun süredir kullanılan bu kartlar, tüketicilere ürün satın aldıkça belirli puanlar kazandıran daha sonrasında ise bu kazandığı puanlar ile bedava ürün veya hizmet alma, bir çekilişe katılma hakkı sağlamakla birlikte çeşitli indirimler veya para iadeleri de kazandırmaktadır. Böylece firmalar, bu tür teknikler ile ürün veya hizmetlerinin devamlı kullanılması için tüketicileri teşvik etmenin yanı sıra güçlü müşteri bağlılığı yaratmak istemektedirler. Bu şekilde firmalar, hem belirli ürünlerin satışlarını artırmakta hem de tüketicileri ile ilgili değerli bilgiyi diğer bir ifadeyle tüketicilerin satın alma davranışına ilişkin pek çok bilgiyi veri tabanlarına aktarabilmektedir. Söz konusu veri tabanları, tüketiciler ile daha güçlü ilişkiler kurma veya onların satın alma miktarlarını artırma gibi spesifik satış geliştirme önerileri sunmalarına olanak tanımaktadır (Öztürk, 2013a: 72).

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

3) *Ödül Temelli Satış Geliştirme Teknikleri*: Bu teknikler ise yarışma ve çekilişlerden oluşmaktadır. Yarışma ve çekilişler, benzer niteliklere sahip teknikler olmalarına rağmen, aralarında az da olsa bazı farklılıklar bulunmaktadır (Bozkurt, 2004: 268). Yarışmalar, katılımcıların bir oyunda rol alma veya birbirlerini geçme güdülerine seslendiği için arzulanan bir satış geliştirme tekniği olarak algılanmaktadır. Katılımcılar, bir şeyi yapmış olmak için yapmaktan çok başkalarından daha iyi yapabilmiş olmaktan hoşlanırlar (Oluç, 2006: 650). Bu bakımdan satış geliştirme çalışması yapılan ürünü satın alan katılımcılar, yarışmalarda reklam karşısında olduğu gibi edilgin değil etkin bir konumdadır (Kapferer, 1991: 153). Diğer bir ifadeyle katılımcılar bir aktivite sergilemekte, bilgi birikimlerini veya analitik ya da yaratıcı yeteneklerini ortaya koymakta; kazanan ise en iyi performans gösteren ya da en doğru cevapları veren katılımcılar arasından seçilmektedir (Çakır, 2016: 342; Fırlar ve Yeygel, 2004: 184; Bozkurt, 2004: 269). Yarışmalar genellikle en iyi sloganı yazma, ürüne isim bulma, ürüne alternatif kullanım alanları yaratma gibi çeşitli konuların (Odabaşı ve Oyman, 2010: 208-209) yanı sıra örneğin; “Sana margarini ile en iyi pasta yapma” gibi belirli temalarda da düzenlenebilmektedir (Oluç, 2006: 643). Bunun yanında yarışmalar, tüketicilerin perakendeci mağazalara gidişini artırmakta ve marka imajına da katkıda bulunmaktadır. Yarışmalar, uzman kişiler tarafından iyi bir şekilde düzenlendiğinde belirli bir ürün için büyük bir ilgi yaratarak satışları artırmada yararlı olmaktadır. Ancak ilgiyi artırırken ilginin kaybolmasına izin verilmemelidir.

Ürünü satın alanlar arasından, şans eseri seçilen katılımcılara çeşitli ödüller vermek amacıyla düzenlenen çekilişlerde, tüm katılımcıların ödülü kazanmak için eşit şansları ve hakları söz konusudur (Bozkurt, 2004: 268-269). Çekilişi kazanmanın koşulları, reklam malzemelerinde ve tüm satın alma noktalarında açıkça belirtilmelidir (Çakır, 2016: 343). Örneğin; Dünya Kupası, Olimpiyatlar gibi pek çok etkinlik hem tüketicilerin hem de firmaların çekiliş kampanyalarına olan ilgisini daha da artırmaktadır. Belirli bir üründen fazla miktarda satın alarak alışveriş fişi, ürün etiketi, ambalajı ya da kapağı vb. ile bunu kanıtlayan tüketiciler çekilişler sonucu olimpiyatlara izleyici olarak katılma şansı elde etmektedir. Bunun yanında, günümüzde en sık karşılaşılan çekilişler ise alışveriş merkezleri tarafından gerçekleştirilenlerdir. Alışveriş merkezinden belirlenen miktarda veya üstünde alışveriş yapan tüketicilere çekilişe katılma hakkı verilmekte, çekiliş sonucunda da talihli tüketicilere kimi zaman otomobil, kimi zaman da değerli elektronik eşyalar (bilgisayar, cep telefonu vb. gibi) hediye edilmektedir (Öztürk, 2013a: 72). Ayrıca çekilişler, şansa bağlı oldukları ve herhangi bir yetenek, bilgi gerektirmedikleri için tüketiciler tarafından daha fazla ilgi görmektedir (Odabaşı ve Oyman, 2010: 209).

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

Genel olarak tüketicinin mağazaya, ürüne veya markaya dikkatini çekerek firmanın satışlarının artmasını sağlayan yarışma ve çekilişler (Yükselen, 2003: 331), özellikle son yıllarda tüketicilere şanslarına veya yeteneklerine göre değerli hediyeler kazanma fırsatı veren ve yükseliş gösteren tekniklerdir. Diğer tüketici yönlü satış geliştirme tekniklerinde ürünü satın alan tüketicilere maddesel veya parasal bir teşvik sağlanırken yarışma ve çekilişlerde az sayıda tüketicinin ödüllendirildiği görülmektedir. Buna karşın yarışma ve çekilişler, ödüllerin diğer tekniklere nazaran daha değerli görülmesi sebebiyle tüketiciler tarafından oldukça fazla ilgi görmektedir (Öztürk, 2013a: 72). Ödül listesi, bu yarışma ve çekilişlerin başarı ve başarısızlığını büyük oranda belirlemektedir (Çakır, 2016: 342). Örneğin; lüks bir tatil ya da bir otomobil kazanma ihtimali, tüketicileri yarışma ve çekilişlere katılma yönünde motive etmektedir (Öztürk, 2013b:114). Tüketicilerin katılma yönünde aldıkları karar ise, kazanmanın getireceği avantajlar ile birlikte yarışma veya çekiliş ödülünün algılanan değerine dayanmaktadır. Kazanmanın algılanan avantajları ne kadar çok ise kişinin katılım olasılığı da o derecede artmaktadır. Bu çerçevede, yarışma ve çekilişlerin dışsal değer ve içsel değer olmak üzere algılanan iki bileşeni söz konusudur. Dışsal değer, ödülün çekiciliğini temsil etmektedir. Algılanan dışsal değer ne kadar yüksekse kişiler o derece daha fazla katılım gösterecektir. İçsel değer ise daha çok katılım ile ilgilidir. Örneğin; yetenek sergileme ile ilgili yarışmalar, yeteneklerini sergilemek isteyen kişiler tarafından daha fazla tercih edilmektedir. Bu durumda dışsal değerler ikinci plana geçtiği için katılımcılar, bunun yerine yeteneklerini sergilemekten ve birbirleri ile rekabet etmekten hoşlanırlar. Pazarlama uzmanları, içsel ödüllerin tüketicileri geri kazanmak için faydalı olduğunu keşfetmişlerdir. Örneğin; içsel değer yaratmak üzere tasarlanabilen çevrim içi oyunlar, heyecan yaratan beklentilerdir. Son yıllarda internet, yarışma ve çekilişler için popüler bir alan olarak görülmektedir (Çakır, 2016: 343). Yarışma ve çekilişler tüketicinin, firmanın internet sitesine çekilmesine, siteyi ziyaret etme sıklığının hatta siteye olan ilgisinin artırılmasına imkan sağlamaktadır. Eğer internet sitesinde düzenlenen yarışma ve çekilişlerin içerikleri, firma tarafından düzenli olarak değiştirilip güncellenir ise, tüketici hem yeni yarışma veya çekilişlerin içeriklerini görmek hem de yarışma ve çekilişleri kazanmak için internet sitesini düzenli olarak ziyaret edecektir (Fırlar ve Yeygel, 2004: 184; Mestçi, 2013: 58). Bunun yanında yarışma ve çekilişler tüketicilere, katılımcının yeteneğini sorgulamak için örneğin; satranç, tavla gibi etkileşimli/interaktif oyunlar yaratarak ödülün gerçek değerini anlama fırsatı sunmakta ve böylece tüketiciler heyecanlı ve eğlenceli anlar yaşamaktadırlar. Dolayısıyla, yarışma ve çekilişlerin haz verici teknikler olduklarını söylemek mümkündür. Öte yandan, yarışma ve çekilişlerle tüketicilere ilişkin pek çok kişisel bilgi toplanmakta ve söz konusu bu bilgiler markanın veri tabanına aktarılarak daha sonra yapılacak tanıtım çalışmalarında kullanılabilir. Diğer yandan pazarlama uzmanları yarışma ve

çekilişleri, marka bilinirliğini artırmak ve marka hakkında konuşulmasını sağlamak (Elektronik Word of Mouth/E-WOM etkisi) için de kullanılmaktadır (Mestçi, 2013: 57; Çakır, 2016: 343-344).

Görüldüğü gibi tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarında kullanılan teknikler oldukça çeşitlidir. Tüketici yönlü satış geliştirme çalışmaları gerçekleştirmek isteyen firmalar, bu tekniklerden birini seçebileceği gibi bunların birkaçını birden aynı bütünleşik pazarlama iletişimi stratejisi içinde kullanabilmektedir (Oluç, 2006: 638). Bu çerçevede firmalar, bazen tüketicilere ulaşmak için grup satış geliştirme ve kombine satış geliştirme çalışmalarında bulunurlar. Tek bir satış geliştirme tekniği ile birden çok markanın eş zamanlı kullanımına grup satış geliştirme; iki ya da daha fazla (çoklu) satış geliştirme tekniğinin birlikte kullanılmasına ise kombine satış geliştirme adı verilir. Grup satış geliştirme, genellikle kombine satış geliştirme ile birlikte kullanılmaktadır (Tosun, 2014: 421). Ancak bu teknik veya teknikleri kullanırken pek çok etkeni de göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Pazarlama uzmanları tüketici yönlü satış geliştirme tekniklerini seçmeden önce ürünün özellikleri (hacmi, ağırlığı, maliyeti, dayanıklılığı, kullanışı, özellikleri, tehlikeleri vb. gibi) ile hedef pazarın özellikleri (yaş, cinsiyet, gelir, bölge vb. gibi) üzerinde durmaktadır (Oluç, 2006: 640). Bunun yanı sıra, pazarlama uzmanlarının hangi tekniğin kullanılması gerektiğini bilmeleri açısından deneyime de ihtiyaçları vardır. Uygulamada bazı büyük firmalarda, marka yöneticilerinin danışabileceği bir satış geliştirme uzmanı bulunmakta ya da firma, profesyonel bir satış geliştirme ajansının hizmetlerinden yararlanmaktadır. Satış geliştirme ajansları, pek çok kampanya düzenledikleri için, neyin daha etkili olacağını ya da neyin olamayacağını daha iyi bilecek konumdadır. Bazen de bu tür faaliyetler, bir reklam ajansı tarafından da yürütülebilmektedir. Ancak temel gereksinim, sadece tüketici yönlü satış geliştirme tekniklerini kullanmak değil aynı zamanda sonuçları gözden geçirip kaydetmektir. Böylece firma, tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarının verimliliğini zaman içinde daha da geliştirebilecektir (Kotler, 2005: 153).

## 2.2. Tüketici Yönlü Satış Geliştirmede Hedef Kitle Çeşitleri

Bütünleşik pazarlama iletişiminin tüketici yönlü satış geliştirme aracını planlarken, kampanya; özellikle marka konumlandırma stratejisini ve marka imajını desteklemelidir. Bundan emin olabilmek için pazarlama uzmanlarının hedef kitleleri dikkate alması gerekmektedir. Bu doğrultuda, firmanın ürünleri ve rekabet ile ilgili fikirlerinin yanı sıra hedef kitlelerin temel değerleri araştırılıp belirlendikten sonra pazarlama ekibi, tüketici yönlü satış geliştirme planını sonlandırmaktadır. Satış geliştirme çalışmaları bağlamında tüketiciler dört gruba ayrılmaktadır (Çakır, 2016: 349);

- *Satış Geliştirme Çalışmalarına Eğilimli Tüketiciler:* Bu tür tüketiciler, çeşitli tüketici yönlü satış geliştirme kampanyalarına düzenli olarak tepki vermekte ve fırsatlı ürünleri satın almayı sevmektedir. Bu tüketiciler çekiliş ve yarışmalara katılırlar, kupon biriktirmeye eğilimlidirler, hediye paketleri satın alırlar ve diğer satış geliştirme tekliflerine cevap verirler.
- *Fiyata Duyarlı Tüketiciler:* Bu tür tüketiciler için fiyat, öncelikli bir satın alma kriteri olmaktadır. Marka isimleri önemli değildir ve söz konusu tüketiciler bu markalar için daha fazla ödeme yapmak istemezler. Fiyatı düşüren her çeşit satış geliştirme avantajından yararlanırlar.
- *Marka Bağımlısı Tüketiciler:* Bu tür tüketiciler, yapılan bütün tekliflere rağmen yalnızca bir markayı satın alırlar. Beğendikleri markaları satın almak için her türlü çabayı gösterirler.
- *Belirli Markaları Tercih Eden Tüketiciler:* Bu tür tüketiciler, güçlü bir şekilde bağlı oldukları birkaç marka arasından tercih yaparlar. Tercih ettikleri markalardan herhangi biri için satış geliştirme yönünde teklif gelirse, satın aldıkları marka, tercih ettikleri marka olmaktadır. Bu tüketiciler, satış geliştirme tekniğinin çeşidi ve büyüklüğü ne olursa olsun eğer satış geliştirme çalışmalarında bulunan marka, onların tercih ettikleri markalar arasında yer almıyorsa bu çabaları dikkate almazlar.

### 3. Tüketici Yönlü Satış Geliştirme ve Artırılmış Gerçeklik

Teknolojinin gelişmesi, insanlığa pek çok alanda fayda sağlayan önemli yenilikleri de beraberinde getirmektedir. Bu yenilikler arasında dikkat çekenlerden birisi de artırılmış gerçeklik teknolojisidir. Artırılmış gerçeklik, gün geçtikçe günlük hayatımız içinde çok daha fazla yer edinmeye başlamış yeni nesil bir teknolojidir.

Artırılmış gerçeklik konusunda son yıllarda yapılan çalışmaların sayısı artmasına karşın bu konu ile ilgili tanımlar ve kullanılan terminoloji, teknolojideki hızlı gelişmelere bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Artırılmış gerçeklik ile ilgili ulusal ve uluslararası akademik yazın incelendiğinde pek çok tanımla karşılaşmaktadır. Azuma'ya göre artırılmış gerçeklik, bilgisayar ortamında oluşturulan video, ses, grafik veya GPS verilerinin gerçek zamanlı olarak anlık, doğrudan ya da dolaylı bir biçimde gerçek dünyaya aktarımıdır (1997: 356). Cehehimi, Coulton ve Edwards'a göre artırılmış gerçeklik, kullanıcıların sanal bilgisayar tarafından gerçek dünyaya bindirilen içeriği görmelerini ve bunlarla etkileşime geçmelerini sağlayan bir teknolojidir (2007). Tülü ve Yılmaz'a göre artırılmış gerçeklik, geliştirici tarafından belirlenen hedef resim üzerine bilgisayara bağlı bir kamera ile ya da mobil cihazlarda yer alan kamera ile bakıldığında yine geliştirici tarafından

tasarlanan üç boyutlu nesnenin hedef üzerinde belirerek sanki gerçekten nesne, hedef resmin üzerindeymiş etkisi yaratan bir teknolojidir (2012: 183). Kahraman'a göre artırılmış gerçeklik, gerçek evren ve bilgisayar evreni arasındaki çizgiyi bulanıklaştırarak dokunma, görme, koklama, duyma ve hissetme duyularının oluşturulan yeni evrende harekete geçmesini sağlayan yeni bir teknolojidir (2018).

Son zaman teknolojik trendlerinden biri olan artırılmış gerçeklik uygulamalarında, yapay görüntülerle birlikte bilgiler, gerçek dünya görüntülerinin üzerine dijital bir araç yardımı ile birleştirilmektedir (Kırcova ve Enginkaya, 2015: 16). Ortaya çıkan bu çarpıcı, zenginleştirilmiş ve yeni görüntü, insanlar tarafından farklı bir şekilde algılanmakta, derinlik hissi vererek daha dikkat çekici ve etkileyici özelliklere sahip olmaktadır. Bu bağlamda artırılmış gerçeklik, gerçek ve sanal dünyanın birleşimi ile oluşan yeni bir dünyadır. Daha açık bir anlatımla sanal dünya ile gerçek dünyanın eş zamanlı birleşimi ve bu birleşiminde oldukça inandırıcı olması, insanlara sanki bilimkurgu filmlerindeymiş duygusu vermektedir (Uğur ve Apaydın, 2014: 145). Ancak söz konusu teknolojiden yararlanabilmek için hem bulunulan ortamda internet erişiminin hem de artırılmış gerçekliği tanımlayacak tablet, akıllı gözlük ve akıllı telefon gibi cihazların bulunması; bunun yanında artırılmış gerçeklik ile ilgili uygulamalardan birinin, kullanılacak olan cihazda yüklü olması gerekmektedir. Bu şartlar sağlandıktan sonra, artırılmış gerçeklik için tasarlanan cismin ya da şeklin kullanılan cihazdaki uygulama tarafından tanımlanması ile gerçek dünya üzerinde etkileşimli ve zenginleştirilmiş bir görüntü elde edilebilmektedir (Akengin, Mazlum ve Özbek, 2018: 140).

Artırılmış gerçeklik, sanal gerçekliğin bir varyasyonu olmakla birlikte (Göçmen, 2018: 176) bu iki kavram aslında birbirinden farklıdır. Sanal gerçeklik (virtual reality/VR), bilgisayar tabanlı üç boyutlu oyunlarda görülen, kullanıcının söz konusu ortama girdiğinde dünya ile bağlantısının ortadan kalktığı tamamıyla yeniden üretilmiş bir ortam olarak tanımlanırken artırılmış gerçeklik ise gerçek dünya ile olan bağlantısını sürdüren, görüntüler ile verilerin gerçek dünya görüntülerine eklendiği, sanal ve gerçek nesnelerin aynı alanda beraber algılanmasını sağlayan bir ortam olarak tanımlanmaktadır (Yengin ve Bayrak, 2017: 109; İçten ve Bal, 2017: 111). Daha açık bir ifadeyle, sanal gerçeklik, gerçekliği tam olarak sanal dünyaya taşımaya odaklanırken artırılmış gerçeklik ise sanal görüntüler ile gerçek dünyayı zenginleştirmeye çalışmaktadır (Somyürek, 2014: 67). Böylece her geçen gün çeşitli yeniliklerle karşımıza çıkan artırılmış gerçeklik, sanal gerçekliği daha dokunabilir, daha canlı duruma getirmektedir. Son yapılan araştırmalara göre, sanal gerçeklik ile artırılmış gerçeklik pazarının 2020 yılında tahmini olarak 29,5 milyar dolar seviyesinde olacağı öngörülmektedir (Statista, 2016). Artırılmış gerçeklik pazarında bilgisayar, tablet ve akıllı telefonlar gibi teknolojik ürünlerin insanların günlük hayatında daha çok yer almasının artırılmış gerçeklik



teknolojilerinin de çok daha yaygın ve etkin bir şekilde kullanımına neden olacağı ifade edilebilir (İçten ve Bal, 2017: 112).

Mobil cihazlar aracılığıyla gerçek dünyayı sanal dünyaya bağlayan bir köprü görevi üstlenen artırılmış gerçeklik (Kırcova ve Enginkaya, 2015: 16) uygulamalarının yaygınlaşma sebepleri genel olarak üç grup altında incelenebilir (Uğur ve Apaydın, 2014: 146);

- Gerçek hayatta insanların ihtiyacı olduğu her alanda görsel sunum ve bilgi sağlama,
- Verilerin gerçek dünya üzerinde arzu edilen her yerde üç boyutlu olarak sanal gösterebilmesi,
- iPad, iPhone ve Android'e ilişkin artırılmış gerçeklik uygulamaları geliştiren Blippar, Layar, Wikitude ve Junaio şirketlerinin katkısıdır.

Artırılmış gerçeklik, ilk kullanıldığı yıllarda dijital araçların yeterli olmaması nedeniyle kullanımı oldukça lüks, gelişimi sınırlı ve yapımı zahmetli bir teknoloji olarak kabul edilirken günümüzde donanım ve yazılım alanında yaşanan gelişmeler ile birlikte uygulama alanı oldukça genişlemiştir (İçten ve Bal, 2017: 111). Dolayısıyla günümüzde artırılmış gerçekliğin uygulama alanlarını sınırlamak mümkün değildir. İnsan hayatının söz konusu olduğu pek çok alanda artırılmış gerçeklik, hem çıktı hem de girdi birimi olarak kullanılmaktadır (Köroğlu, 2012). İlk olarak askeri alanda kullanılan artırılmış gerçeklik; mimarlık, sanat, mühendislik, sağlık, eğitim, tasarım, spor, turizm, sanayi, ulaşım, güvenlik (doğal afet, nükleer kazalardan korunma gibi), sinema, müzecilik, eğlence ve pazarlama gibi hangi alanda kullanılır ise kullanılsın insanlara bilgi, kolaylık, eğlence, heyecan, hız sunmaktadır (Akengin, Mazlum ve Özbek, 2018: 140; Uğur ve Apaydın, 2014: 145; Gökçearslan, 2016: 701; İçten ve Bal, 2017: 403). Güncel kullanım alanlarına örnek olarak; bir sinema afişine bakıldığında filmin fragmanının izlenmesi, eskiden aynı alanda bulunan tarihi bir binanın gösterimi, bir arabanın bakımı için gerekli olan bilgilere erişilmesi, bir oyunda fiziksel alandaki sanal nesnelerin toplanması ya da puan alınması (Pokémon GO gibi), bir müzede gerçek dinazor iskeletine bakıldığında iskeletin deri ile kaplanmış halinin ya da kemik parçalarının isimlerinin görülmesi gibi uygulamalar verilebilir (Köroğlu, 2012; Uğur ve Apaydın, 2014: 146; Somyürek, 2014: 70; Yengin ve Bayrak, 2017: 110; Erdemir, 2017: 65).

Pazarlama sektöründe inovasyon ve farklılık peşinde koşan firmalar açısından artırılmış gerçeklik, son yıllarda oldukça etkili bir alan olarak görülmektedir. Bu bağlamda her geçen gün daha çok firma, bu yenilikleri kendi bünyesine taşımaktadır. Zira bu alan içerisinde yer alabilmek, teknolojiyi yakalamak hatta onu kullanmak oldukça önemlidir. Artırılmış gerçeklik, pazarlama sektörü açısından her ne kadar yeni bir alan olarak kabul edilse de firmaların hedef kitlelerini kendilerine çeken önemli bir güç olmaktadır. Dolayısıyla değişen ve gelişen yaşam ile birlikte pazarlama sektörü de artırılmış gerçeklik gibi farklı uygulamalar ile yenilenmekte ve bu

uygulamaların getirileri ise firmaları, geleneksel kurallardan vazgeçmeye mecbur kılmaktadır. Artırılmış gerçeklik teknolojisinin; sayısal ve grafiksel verilerin gerçek dünya görüntüleri üzerine eklenmesi olduğu düşünüldüğünde, bu teknolojinin pazarlama sektöründe kullanımı ile tüketiciye hem yeni ürünlerin tanıtılması hem de satışı çok daha kolay olmaktadır. Pazarlama sektöründe yapılan çalışmalara; mobilya ile bazı ev eşyalarını ev ortamında üç boyutlu olarak gösteren IKEA Katalog uygulaması, Pepsi Max'in otobüs durağına yerleştirilen transparan ekranda bir anda ortaya çıkan robotlar, vahşi hayvanlar ve uçan daireler gibi gerçek dışı görüntülerin yer aldığı açık hava uygulaması, gazete yazıları arasında dolaşan Vespa ve Volkswagen gibi ürün uygulamaları örnek olarak gösterilebilir (Göçmen, 2018: 185-186; İçten ve Bal, 2017: 127; Uğur ve Apaydın, 2014: 146, Shaljami, 2018: 23). Firmaların bu tür uygulamaları kullanmalarındaki amaç ise markanın hedef kitlesini artırmak, ürüne ya da markaya dikkat çekmek, markanın akılda kalmasını sağlamak ve marka sevgisine katkı sağlamaktır (Öze ve Dikmen, 2018: 15). Firmaların genellikle çevrimiçi olarak sundukları bu uygulama hizmetleri (Avcılar, Demirgüneş ve Açar, 2019: 238), bazı firmaların mağazalarında hem çevrimdışı hem de çevrimiçi olarak da verilmektedir. Verilen örneklerden de görüldüğü gibi, firmalar ürünlerini daha iyi pazarlamak ve rakipleri karşısında sürdürülebilir rekabetçi üstünlük elde edebilmek için artırılmış gerçeklik teknolojileri üzerine yatırım yaparak yaratıcı çalışmalar ortaya çıkartabilmektedirler (Cankül, Doğan ve Sönmez, 2018: 577). Bu bağlamda artırılmış gerçeklik teknolojisinin gelecekte günlük yaşamın bir parçası haline geleceğini, duyularımıza yön verip etkileyeceğini söylemek mümkündür.

Son yıllarda pazarlama sektöründe özellikle teknolojinin de gelişmesiyle tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarının kullanım alanı hızla yaygınlaşmaktadır. Bu anlamda teknolojik araçların sağladığı deneyimi, beş duyumuzda seslenen bir gerçekliğe dönüştüren artırılmış gerçeklik uygulamaları, pek çok alanda olduğu gibi tüketici yönlü satış geliştirme kampanyalarında da başarılı sonuçlar vermekte ve bu kampanyaları desteklemektedir. Bu etkileşimli kampanyalarda, yaratıcılık da işin içine katılarak tüketicilerin düşünce sınırları zorlanmakta ve onlara dikkat çekici, farklı, ilginç, etkileyici, katılımcı ve keşfedici bir deneyim sunulmaktadır. Zamandan ve mekandan bağımsız olarak gerçekleştirilen söz konusu deneyim sayesinde tüketici bir ürünü satın almadan önce o ürünün ilanı, kendisi veya ürün ile ilişkili bir başka platform üzerinde artırılmış gerçeklik teknolojisini kullanarak ürün hakkında bilgi edinebilmekte, uygulamanın sunduğu çekiliş, yarışma, oyun vb. eğlence unsurları ile keyifli zaman geçirmenin yanı sıra bu aktivitesini de sosyal medyada paylaşabilmektedir (Küçüksaraç ve Sayımer, 2016: 75). Tüketicilerin ilginlik seviyesini artırmak için yapılan bu tür uygulamalar, aynı zamanda tanıtımı yapılan ürünün güvenilir hatta kaliteli olduğu algısını da yaratmaya çalışmaktadır. Görüldüğü gibi firmalar, artırılmış gerçeklik

uygulamalarını tüketici yönlü satış geliştirme kampanyalarına entegre ederek, tüketicilerin ilgisini çekebilmek, dikkat ve motivasyonlarını artırmak, rakiplerine göre çok daha farklı, zengin bir deneyim sunabilmek için bu teknolojiden yararlanmaktadırlar.

Artırılmış gerçeklik uygulamaları, kullanılan teknolojiye bağlı olarak video temelli ve optik temelli teknolojiler olmak üzere iki temel kategoride incelenebilir. Bu teknolojiler arasındaki temel fark, sanal ile gerçek dünyanın bütünleştirilmesi sonucu oluşan sahnenin görüldüğü yerdir. Video temelli teknolojilerin kullanıldığı gerçeklik uygulamalarında bütünleştirilmiş sahne mobil cihaz, bilgisayar ve tablet üzerinde görülürken, optik temelli teknolojilerin kullanıldığı gerçeklik uygulamalarında bütünleştirilmiş sahne ise gözlük aracılığıyla (örneğin; Google Glass gibi) gerçek dünyada görülmektedir (Somyürek, 2014: 68; Gökçearslan, 2016: 702). Dolayısıyla firmalar da tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarında artırılmış gerçeklik uygulamalarını daha fazla kullanılabilir hale getirebilmek için ekranlı gözlüklerden yararlanmaktadır. Bu gözlüklerin üzerinde yer alan kameradan elde edilen görüntü, uygulamanın yer aldığı cihaza görüntüyü ileterek üzerinde bulunan ekrana uygulamadan gelen görüntüyü aktarmakla yükümlüdür. Bu durum ise artırılmış gerçeklik uygulamalarının kullanım alanlarını daha da arttırmaktadır (Tülü ve Yılmaz, 2012: 185).

Artırılmış gerçeklik teknolojisinin tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarında kullanılması, aslında hayal edilmesi ve üzerinde düşünülmesi zor nesnelere ya da sistemleri hayal edilebilir ve düşünülebilir bir formata getirerek bunu gerçek dünya ile ilişkilendirmesi oldukça dikkat çekicidir. Gerçek dünya ile ilişkili bir şekilde sanal dünyada oluşturulan görüntü, örneğin; bir mağazaya ait olabilir ve bu durumda tüketici kendisini gerçekten mağazadaymış gibi hissedebilir. Bu anlamda geliştirilen uygulamanın amacı; oluşturulan bu nesnelere geliştiricinin sunu yapısına çok daha rahat bir şekilde anlatmasına, anlatacağı nesne ile ilgili daha ayrıntılı bilgi vermesine, sunu yapılan tarafın bunu daha ayrıntılı, daha kolay algılamasına ve anlamasına yardımcı olmaktır (Tülü ve Yılmaz, 2012: 183-184). Daha açık bir ifadeyle, bu teknolojik uygulamalar sayesinde tüketicilerin ürün bilgisine yönelik eksikliği kapatılarak ürünleri gerçek dünyadaki gibi tutabilmeleri, deneyebilmeleri ve onlara dokunabilmeleri mümkün olabilmektedir. Bu kullanım ve uygulamalar sonrasında ise tüketicilerin yaşadığı olumlu deneyimler, onları memnun edebileceği gibi satın alma niyeti de oluşturabilecektir (Avcılar, Demirgüneş ve Açar, 2019: 238). Ayrıca firma, tüketiciye ilgilendiği ürünle ilgili detaylı bilgiyi az bir maliyetle sunabilme avantajına sahip olmaktadır.

Firmalar, rakiplerine fark atabilmek, farklı ve sıra dışı olabilmek için artırılmış gerçeklik uygulamalarını tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarında kullanmaktadır. Ancak bu uygulamaların farklılık ve yenilikleri takip etmeye çalışan firmalar tarafından daha fazla kullanılması ve yaygınlaştırılması sağlanmalıdır. Çünkü, artırılmış gerçeklik uygulamaları, firmaların hedef kitlelerini kendilerine çeken önemli bir güç olmakla birlikte yaratıcılığı da

desteklemektedir. Bunun sonucunda ise kazanan, artırılmış gerçeklik uygulamalarını kullanan firmalar olacaktır. Ayrıca artırılmış gerçeklik uygulamalarının tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarında kullanımı, ürün tutundurma ve tüketicilerinin zihninde olumlu bir imaj oluşturma açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. Dolayısıyla firmalar özgün değerlerini yükselterek, sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde edebilme olanağı kazanabilmektedir (Cankül, Doğan ve Sönmez, 2018: 584).

Artırılmış gerçeklik teknolojisinin tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarına dahil edilmesi, aslında tüketiciye hitap etme yollarının değiştiğini ve geliştiğini göstermektedir. Tüketicilerin satın alma aşamasında kararsız kaldıkları ürünleri birebir deneyimleme olanağı sunan ve onlara eğlenceli alışveriş düşüncesini aşıl原因an artırılmış gerçeklik uygulamaları (Köse, 2017: 55), tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarında geçerliliğini göstermektedir. Günümüzde özellikle dinamik ve genç olan, teknoloji ile büyüyen, hızlı tüketen ve sürekli değişen bireylere, artırılmış gerçeklik uygulamaları alternatif bir seçenek olarak sunulmaktadır. Hem gerçek dünya yaşantısı içinde yer edinebilmesi hem de uygulandığı ortam açısından çeşitliliğe sahip olması, uygulamanın merak ve ilgi uyandırmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla tüketicilerin bilgi ve ilgilenim düzeylerini arttırmak, onlarda tutum değişikliği yaratmak kolaylaşmaktadır.

Günümüz tüketicileri, sosyal medya üzerinden kurgulanan yarı sanal bir dünyada yaşamaktadırlar. Bu açıdan görsel tatmin ve bilgiye hızlı erişim, bu çağın tüketicisinin temel beklentileri arasında yer almaktadır. Sosyal medyadaki çeşitli olanaklar ve hız sebebiyle farklı refleksler geliştiren tüketicilerin, yaşamı daha da kolaylaştıran artırılmış gerçeklik gibi yeni teknolojileri hem çok hızlı bir şekilde benimsedikleri hem de çok kolay uyum sağladıkları düşüncesinden hareketle, gelecekte mobil uygulamaların ve ortamların bu söz konusu teknolojiler yönünde gelişeceklerini söylemek mümkündür (Codur, 2017: 165). Dolayısıyla firmalar, daha çok mobil uygulamalar üzerinden gerçekleştirdikleri tüketici yönlü satış geliştirme çalışmaları ile hedef kitlelerine ulaşmaya çalışmaktadırlar.

Artırılmış gerçeklik uygulamalarını tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarında kullanan firmalar, sosyal medya platformlarında çok fazla konuşulduğunda yapılan bu tarz çalışmaların etkisi daha da güçlü olmaktadır. Sosyal medya ve mobil ilişkisi günümüzde sürekli olarak gelişirken, bu tür uygulamalar sadece tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarını değil, tüketicilerin hayatını da pek çok açıdan şekillendirerek yönlendirmektedir (Uğur ve Apaydın, 2014:149).

Tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarının artırılmış gerçeklik uygulamaları ile örtüşmesi, yeni bir pazarın oluştuğunu göstermektedir. Uygulamaların daha da gelişmesi ile birlikte kullanılan

kanal ve alanlar da çeşitlenecektir. Sanal dünyadan gerçek dünyaya adaptasyonun sağlandığı söz konusu uygulamalar, tüketiciler tarafından ilgiyle ve merakla kullanılacağı garantisini vermektedir (Köse, 2017: 59).

### **3.1. Tüketici Yönlü Satış Geliştirme Çalışmalarında Kullanılan Artırılmış Gerçeklik Platformu: Blippar**

Tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarında firmalar, kendi artırılmış gerçeklik uygulamalarını geliştirebildikleri gibi söz konusu uygulamaları geliştiren şirketlerden de hizmet alabilmektedir. Örneğin; İkea, Vitra, Marshall kendi artırılmış gerçeklik uygulamalarını geliştiren firmalar arasında yer alırken Sony, Nike, Unilever, L'Oreal, Nestle, PepsiCo, Renault, Dominos, Mercedes, Coca-Cola gibi firmalar ise artırılmış gerçeklik uygulaması geliştiren şirketlerden söz konusu hizmeti satın almaktadır. Bu hizmeti firmalara sağlayan en önemli şirketlerden birisi de Blippar'dır. Birleşik Krallık'ta 2011 yılında kurulan Blippar, görüntü tanıma teknolojisi yoluyla baskı, fiziksel görüntü ya da ürünleri anlık olarak etkileşimli dijital bir deneyime dönüştürmektedir (Küçüksaraç ve Sayımer, 2016: 75). Diğer bir ifadeyle gerçek ortamda bulunan her nesneyi, materyali, fotoğraf çekmeden veya tarama yapmadan tabletler veya akıllı telefonlar aracılığı ile hem satın almayı hem de görmeyi sağlayan ücretsiz bir mobil uygulamadır. Blippar olarak tanımlanan bu uygulama ile dergi, gazete, broşür, ürün ambalajı, açık hava reklamı vb. gibi materyaller mobil cihazların kameralarına tutulduğunda etkileşimli bir platform çalışmaya başlarken gerçek dünyada başlayan iletişim etkinliği sosyal medyaya da taşınabilmektedir. Ürün üzerinden erişilen dijital içerikle de ürüne ya da markaya değer katmaktadır (Kırcova ve Enginkaya, 2015: 16).

Android™, iOS™, Windows tabanlı tabletler ile akıllı telefonlarda çalışan dünyanın ilk artırılmış gerçeklik platformu olan Blippar, dünyada firmaların ürünlerini ya da markalarını tanıtmak, kampanyalarını yürütmek için en fazla kullandıkları platformlardan biridir. Blippar uygulaması ile tüketiciler ürünün kendisini veya kampanya görselini blipp'lediklerinde üç boyutlu animasyonlar, tarif, fotoğraf, kupon, yarışma, çekiliş, video deneyimi gibi farklı interaktif içeriklerle karşılaşmaktadır. Bunun yanı sıra, Blippar uygulamasının ücretli olmaması, artırılmış gerçeklik kampanya uygulamalarının zaman almaması ve kolay kullanılması markaların algılan değerini olumlu yönde etkilemektedir (Küçüksaraç ve Sayımer, 2016: 82, 86). Böylece Blippar'ın, tüketicilerin alışıldık iletişim deneyimini değiştiren yenilikçi bir mobil platform olduğu söylenebilir.

Artırılmış gerçeklik platformu olan Blippar; marka bazlı görseller ile görsel arama yapabilmeyi sağlayan bir teknolojiye sahipken 2015 yılında, gerçek dünya nesnelere ve çeşitli ürünler ile doğrudan görsel arama yapabilmeyi sağlayan yeni bir teknolojiyi hayata geçirmiştir.

Blippar'ın artırılmış gerçeklik alanında uygulamaya başladığı bu yeni özelliği ile günlük hayatta kullanılan pek çok nesne blipp'lenebilir hale gelmiştir. Bu özellik ile kullanıcılar; artık gördükleri çiçeklerden meyvelere, kitaplardan müzik albümlerine, Eyfel Kulesi gibi kent simgelerinden yavru köpeklerin cinsine, vitrindeki herhangi bir ayakkabıdan marketteki herhangi bir çikolataya kadar pek çok nesneye mobil cihazlarının kameralarını tutarak o nesne hakkında bilgi alabilmektedirler. Ayrıca kullanıcılar bu nesnelere ilgili bilgilerin yanı sıra Facebook, Instagram, Twitter, YouTube gibi sosyal mecralardan da videoları, anlık yazışmaları ve içerikleri takip etme imkânı bulabilmektedirler (Öney, 2015; Kırcova ve Enginkaya, 2015: 16-17).

Görsel tanıma ve artırılmış gerçeklik teknolojileri ile fiziksel dünyayı hareketlendiren bir platform olarak Blippar; Londra, New York, San Francisco, Chicago, Los Angeles, Toronto, Tokyo, Amsterdam ve Yeni Delhi'den sonra 2013 yılında Türkiye pazarına girmiştir (Büktel, 2017). Türkiye'de Pepsi, Turkcell, Fenerbahçe, Yapı Kredi Bankası, İş Bankası, P&G, Akbank, Milliyet, MediaCat, Nissan, Eczacıbaşı, Ülker ve Renault gibi firmalarla çalışan ve 150 bin kullanıcısı bulunan Blippar ("Mobil Dünyanın Geleceği", 2019), her geçen gün daha fazla sayıda firma tarafından tüketici yönlü satış geliştirme kampanyalarında tercih edilmektedir.

### **3.2. Tüketici Yönlü Satış Geliştirme Çalışmalarında Artırılmış Gerçeklik Kullanımına İlişkin Uygulama Örnekleri**

Artırılmış gerçeklik uygulamaları firmaların rakiplerinden farklılaşarak, tercih edilmelerinde en özgün yollardan birisidir (Cankül, Doğan ve Sönmez, 2018: 576). Bu bağlamda firmalar, tüketicilerin ilgisini çekebilmek, tutumlarını değiştirmek ya da olumlu tutumlar geliştirmek, daha sık ve daha fazla miktarda alışveriş yapmalarını sağlamak, satın alma niyeti oluşturmak, onlara daha keşfedici, gerçekçi deneyimler yaşatmak adına tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarında artırılmış gerçeklik teknolojilerini kullanmaktadır. Bu çalışmada Blippar aracılığıyla artırılmış gerçeklik teknolojilerinin kullanıldığı, biri Amerika'da diğer ikisi Türkiye'de gerçekleştirilen üç farklı tüketici yönlü satış geliştirme kampanyası, yargısal örnekleme yöntemine göre seçilerek incelenmiştir. Ürün temelli satış geliştirme tekniklerinden hediye dağıtımı, hediyeli paketler; para temelli satış geliştirme tekniklerinden kupon ve ödül temelli satış geliştirme tekniklerinden yarışma ve çekilişlerin kullanıldığı bu kampanyalar sırasıyla Starbucks firmasına ait "Cup Magic", Ülker firmasına ait Café Crown "Şans Pakette" ve Pepsi firmasına ait "Pek Yakında" kampanyalarıdır.

*Starbucks "Cup Magic" Artırılmış Gerçeklik Uygulaması:* Sosyal medyada en çok takip edilen markalar arasında yer alan Starbucks, ilk kez 2011 yılında Amerika'da "Sevgililer Günü" temalı artırılmış gerçeklik uygulaması içeren yenilikçi bir kampanya geliştirmiştir. Starbucks "Cup

“Cup Magic” artırılmış gerçeklik uygulamasını içeren bu kampanyada Blippar platformu, tüketiciye farklı bir deneyim yaşatmak amacıyla kullanılmıştır. Tüketicilere Blippar platformu üzerinden gerçekliği sanal ortamla birleştirme olanağı sunan “Cup Magic” artırılmış gerçeklik uygulamasında mobil cihaz, kırmızı kaplı karton kahve bardağının üzerine tutulduğunda, bardağın üzerinde yer alan şekillerin animasyonu izlenmektedir (Doğan, 2017: 1686). Görsel 1’de görüldüğü gibi tüketiciler, kullanımı kolay bu uygulama üzerinden “Sevgililer Günü” ile ilgili yeni mesajlar yaratarak veya var olan hazır mesaj kalıplarını/şablonlarını düzenleyerek sevdikleri ile paylaşma fırsatı elde etmişlerdir. Daha açık bir ifadeyle uygulama, Starbucks’ın “Sevgililer Günü” için özel olarak ürettiği bardakları kullanarak tüketicinin hazır mesaj kalıpları içinden birini seçip dizayn etmesi, daha sonra yazmak istediği mesajı belirlemesi ve sosyal medyadan paylaşması ile işlerlik kazanmaktadır (Usul, 2012). Böylece tüketiciler, kırmızı kaplı karton kahve bardakları üzerine iliştirilen artırılmış gerçeklik uygulamasını mobil cihazlar üzerinden deneyimlemiş ve yarışma sonunda çeşitli ödüller kazanma şansı elde etmişlerdir (Eyidilli, 2011). Aynı zamanda tüketiciler isterlerse bu görüntüyü video mesaj olarak da diledikleri kişiye gönderebilmişlerdir. Tüketicinin bu video mesajını görebilmesi için Starbucks satış noktalarına giderek hem sınırlı sayıda üretilen bu içeceklerden alması hem de aynı uygulama yardımı ile mesajı görebilmesi sağlanmıştır. Ayrıca Starbucks, yarışma sonuçlarını ve tüketiciler tarafından kazanılan ödülleri sosyal medya hesapları üzerinden paylaşmıştır.

### Görsel 1. Starbucks “Cup Magic” Artırılmış Gerçeklik Örneği



**Kaynak:** (Usul, 2012).

Bu uygulama sayesinde Starbucks, tüketicilerin özel günlerinde yanında olduğu imajını vermenin yanı sıra dönemselsel olarak satışlarına katkı sağlamış ve marka bilinirliğini arttırmıştır (Codur, 2017: 171). Böylece Starbucks karton kahve bardakları üzerine iliştirilmiş olan artırılmış

... gerçeklik uygulaması ile hem müşterilerini ve ilk kez ürünlerini deneyenleri kendisine bağlayarak hem de onların markayı sosyal medyada paylaşmalarını teşvik ederek başarılı, etkileşimli, ilgi çekici, eğlenceli bir tüketici yönlü satış geliştirme çalışması yürütmüştür. Bu bağlamda Starbucks, tüketicilerine sanal ortamda farklı satış geliştirme teknikleri ile ulaşmayı hedefleyen yenilikçi firmaların başında gelmektedir.

*Café Crown “Şans Pakette” Artırılmış Gerçeklik Uygulaması:* Dünyanın en önemli ve en bilinen görsel tanıma platformlarından Blippar ile Türkiye’de hızlı tüketim ürünleri alanında iş birliği, ilk kez Ülker firması tarafından gerçekleştirilmiştir. Böylece pazarlama iletişimi faaliyetlerinde tüketicilerine en yeni trendler ile ulaşmayı hedefleyen Ülker firması, 2013 yılında blipp’lemek kavramının, onların günlük yaşamının bir parçası haline gelmesi için ilk adımı Café Crown “Şans Pakette” artırılmış gerçeklik kampanyası ile atmıştır. Café Crown “Şans Pakette” artırılmış gerçeklik kampanyasında Blippar platformu, tüketicilere farklı ve ilgi çekici bir gerçeklik deneyimi yaşatmak amacı ile kullanılmıştır. Tüketiciler bu platform üzerinden kampanya görselini ya da ürünün kendisini ‘blipp’lediklerinde kupon, çekiliş, video, tarif, üç boyutlu animasyonlar, fotoğraf deneyimi gibi birbirinden farklı interaktif içeriklerle karşılaşmıştır (Ercanlı, 2017).

## Görsel 2. Café Crown “Şans Pakette” Artırılmış Gerçeklik Örneği



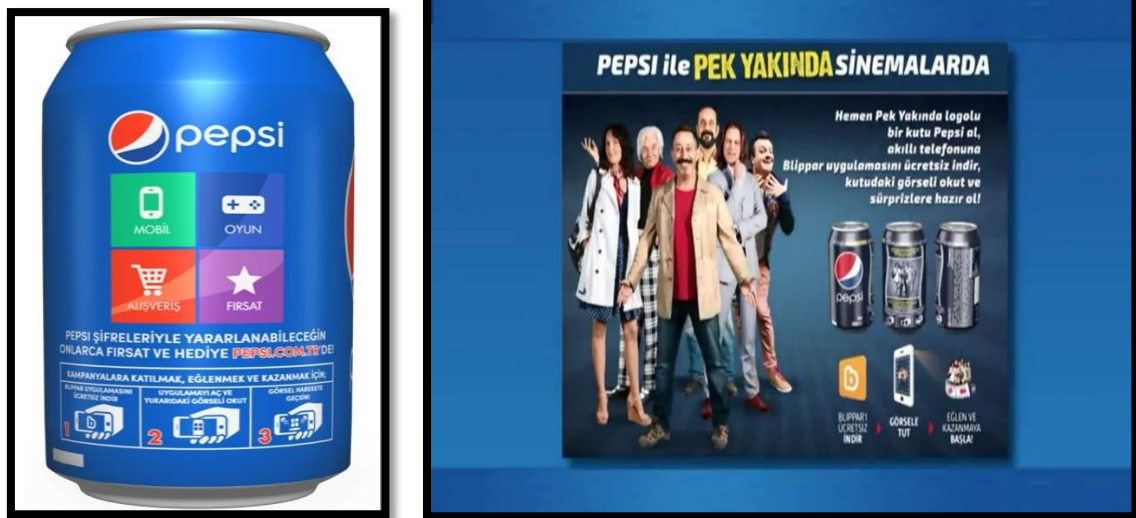
**Kaynak:** (“Pazarlama Yöntemi: Basılı”, 2016; Shaljami, 2018:76).



Uygulama; mobil cihaza Blippar uygulaması indirildikten sonra mobil cihazın kamerası, Görsel 2’de görüldüğü gibi Café Crown kampanya görselleri veya ambalajı üzerine tutulduğunda, üç boyutlu bir bardakta kahve hazırlama animasyonu ile başlamaktadır (Küçüksaraç ve Sayımer, 2016: 82). Bu kısa animasyon görüntüsünün ardından küçük bir menü çıkmakta ve bu menüden de kampanyaya katılmak mümkün olabilmektedir. Tüketiciler, Café Crown ambalajındaki kodu menüde bulunan ilgili alana girdikten sonra bir takım sürpriz hediyeler kazanma şansı yakalamaktadır. Ancak uygulamanın sundukları bununla sınırlı kalmamakta, tüketiciler fotoğraflarını ünlü Karikatürist Selçuk Erdem’in Café Crown için özel olarak çizdiği birbirinden eğlenceli karikatürlerden herhangi birine entegre ederek oluşturdukları bu görseli sosyal medyada paylaşabilmektedir (Doğan, 2017: 1687). Böylece Blippar’ı kullanarak farklı bir kampanya uygulayan Café Crown, hem tüketicilerini kazandırırken eğlendirmiş hem de Selçuk Erdem’i de kampanyaya dahil ederek çok daha fazla tüketiciye ulaşma şansı elde etmiştir.

*Pepsi “Pek Yakında” Artırılmış Gerçeklik Uygulaması:* Pepsi; 2014 yılında Türkiye’de sinemalarda gösterime giren “Pek Yakında” filmini, bu filmin oyuncu kadrosunda bulunan Cem Yılmaz’ı ve Pepsi kutu içeceklerini aynı projede buluşturan artırılmış gerçeklik uygulamasının kullanıldığı bir kampanya düzenlemiştir. “Pek Yakında” filmi sponsorluğu ile gerçekleştirilen bu kampanyanın mobil iletişim tarafında hem ürünün ön plana çıkarılması hem de Pepsi ile tüketicisi arasında bilinenin dışında etkileyici bir yöntemle etkileşim kurulması hedeflenmiştir. Böylece Pepsi, Türkiye’de bulunan çok sayıdaki mobil kullanıcının katılımı ile yeni, zengin, heyecan verici ve yenilikçi bir kampanya gerçekleştirmiştir.

### Görsel 3. Pepsi “Pek Yakında” Artırılmış Gerçeklik Örneği



**Kaynak:** (“Pepsi “Pek Yakında”, t.y.).

... Pepsi, kampanyadan azami faydayı sağlamak amacıyla bu kampanya için 30 milyon adet Pepsi kutusunu Görsel 3'te görüldüğü gibi üzerlerinde Blippar uygulamasını indirme ve kullanmaya yönlendiren görseli ile üretmiştir. Daha açık bir ifadeyle Pepsi, özellikle mobil cihaz kullanımının daha yoğun olduğu genç jenerasyona ulaşabilmek için üniversitelerde dağıttığı ve özel olarak ürettiği kutular üzerine, tüketicilere uygulamayı nasıl kullanacakları konusunda bilgi veren üç adımlık bir eylem çağrısı (call to action/CTA) eklemiştir. Pepsi kutuları üzerindeki söz konusu yönlendirmeyi gören tüketiciler, Blippar uygulamasını mobil cihazlarına indirerek film görselini cihazın kamerasına tuttuklarında ellerindeki Pepsi kutusunun çok kısa bir sürede üç boyutlu dijital bir mecraya diğer bir ifadeyle etkileşimli sinema ekranına dönüşümünü deneyimlemiştir. Böylece tüketiciler Blippar uygulamasını kullanarak, Cem Yılmaz'ın filmi "Pek Yakında"yı vizyon tarihinden daha önce görme fırsatını, "Çevir Kazan" yarışması ile filmin oyuncularıyla tanışma şansını, filmin galasına bilet, film hediyelikleri, SMS, GB, bedava dakika gibi mobil paketlerle t-shirt gibi pek çok ödülü ürün üzerinden kazanmışlardır. Bunun yanı sıra tüketiciler "Pek Yakında" kamera arkası görüntülerini izlemiş, filmin oyuncularıyla selfie'ler çekip belirlenen hashtag'ler üzerinden sosyal medya platformlarında paylaşmış hatta Pepsi için özel olarak hazırlanan "tuğlakırıcı" (brick breaker) oyununu oynamışlardır (Shaljami, 2018: 24). Böylece Pepsi, artırılmış gerçeklik teknolojisini kullanarak tüketicilere unutulmaz bir deneyim yaşatırken, gerçek ve sanal ortamı tek bir platformda birleştirmiş ve tüketicilerin hangi tekliflere, ne kadar süreyle ve ne zaman etkileşime girdiği konusunda anlık ölçümleme yapma imkânı bulmuştur. Kampanya süresince ürününü diğer bir ifadeyle kola kutusunu dijital bir mecraya gibi kullanan Pepsi, ürünle tüketicisi arasında oldukça büyük bir sinerji ve etkileşim yaratmıştır. Pepsi'nin bu etkileşimli, yenilikçi kampanyası, Cem Yılmaz'ın filmi "Pek Yakında"ya da oldukça büyük bir ilgi uyandırmakla birlikte Türkiye'deki en başarılı kampanyalardan biri olmuştur. Ayrıca Blippar; 2014 MIXX (Marketing and Interactive Excellence) Awards Türkiye tarafından Pepsi "Pek Yakında" kampanyası için hazırladıkları artırılmış gerçeklik tasarımı nedeniyle gümüş madalya ve yine aynı projenin mobil kampanya kısmında üstlendikleri rol nedeniyle de bronz madalya ile ödüllendirilmiştir ("Pepsi "Pek Yakında", t.y.).

Blippar aracılığı ile artırılmış gerçeklik teknolojisinin kullanıldığı tüm bu örneklerde, kampanyaların özellikle sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen ağızdan ağıza iletişim yoluyla yayılması esas alınarak, bu şekilde marka bilinirliğinin ve satışların artması sağlanmıştır. Bu örnekler üzerinden, tüketici deneyiminin kritik bir öneme sahip olduğunu dikkate alan, başarılı, etkileşimli, ilgi çekici, eğlenceli, farklı deneyimler sunabilen, içeriği hayallerin ötesinde

zenginleştirebilen tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarının; pazarlamanın geleceğinde önemli rol oynayacağı ifade edilebilir.

### **Sonuç ve Öneriler**

Artan rekabet ve sürekli değişen pazar koşulları nedeniyle günümüzde tüketicilerin ilgisini çekmek oldukça zorlaşmakta, bunun yanı sıra tüketicilere ulaşma yolları da değişmektedir. Bu bakımdan firmalar, devamlı olarak çeşitli tanıtımlara ve reklamlara maruz kalan tüketicilerin dikkatini çekebilmek amacıyla birbirinden farklı yollar geliştirmektedirler. Son yıllarda firmalar tarafından oldukça yaygın bir şekilde kullanılan ve gün geçtikçe etkisini daha fazla artıran satış geliştirme çalışmaları, tüketicilere hızlı satın alım yapmaları konusunda çeşitli sebepler sunarak onları plansız satın alma eylemine yöneltmede oldukça etkili bir araç olarak tercih edilmektedir. Böylece firmalar, dağıtım kanallarını diğer bir ifadeyle aracı kuruluşlar olarak toptancıları, perakendecileri, bayileri ve acenteleri ürünlerini satmak konusunda özendirerek, satış elemanlarını satış sürecinde desteklemek ve motive etmek, tüketicileri de ürünlerini satın almaları konusunda harekete geçirebilmek için satış geliştirme çalışmalarına büyük önem vermektedir (Tosun, 2014: 417; Altunışık, Özdemir ve Torlak, 2007: 118). Ürünün nihai kullanıcısı konumunda olan tüketicilere yönelik gerçekleştirilen satış geliştirme çalışmaları; marka bilinirliği yaratmaya yardımcı olarak ve marka imajını geliştirerek markayı rekabette farklılaştırmakta hatta satışta reklama göre daha ölçülebilir ve daha hızlı etkiler sağlamaktadır (Çakır, 2016: 33; Kotler, 2005: 152).

Tüketicilerine etkileyici, dikkat çekici, ilginç, farklı sunumlar yapmak isteyen firmalar açısından artırılmış gerçeklik son yıllarda oldukça önemli bir alandır (Uğur ve Apaydın, 2014: 146). Arttırılmış gerçeklik teknolojisinin tüketici yönlü satış geliştirme kampanyalarında kullanılması; hem tüketiciyi ürüne, markaya ya da mağazaya çekmek açısından hem de hayal edilmesi ve üzerinde düşünülmesi zor olan nesnelere ya da sistemlerin, ürün hakkında bilgi edinme ya da satın alma esnasında hayal edilebilir ve kolay düşünülebilir gerçekliği artırılmış üç boyutlu nesnelere haline getirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Böylece artırılmış gerçeklik teknolojisinin gelecek dönemlerde günlük hayatın bir parçası haline geleceğini ve duyulara yön verip etkileyeceğini söylemek mümkündür (Cankül, Doğan ve Sönmez, 2018: 577).

Son yıllarda ismi oldukça sık duyulan ve pek çok farklı sektör tarafından çeşitli amaçlarla kullanılan, video, grafik, ses ve üç boyutlu nesne gibi dijital içeriklerin mobil cihazlardaki uygulamalar aracılığı ile gerçek dünya üzerine eklenmesini sağlayan artırılmış gerçeklik

teknolojisinin, tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarında bulunan firmalara entegre edilmesi ile ortaya çıkabilecek katma değerler şunlardır;

- Artırılmış gerçeklik uygulamaları sayesinde zihinlerde merak unsuru yaratılarak pek çok tüketici ürüne, markaya ya da mağazaya çekilebilir ve çekilen bu tüketicilerin sosyal medya üzerinden yapacağı paylaşımlar ile firmanın markası daha geniş bir kitle tarafından duyulabilir, marka imajı geliştirilebilir hatta satışların artışı sağlanabilir.
- Artırılmış gerçeklik uygulamaları ile tüketicilere daha hızlı ve kaliteli hizmet sunulması nedeniyle firma, sadık müşteri profilini koruyarak müşteri sayısını arttırabilir ve müşterilerin zihinlerinde çok daha olumlu bir konumlandırmaya sahip olabilir.
- Artırılmış gerçeklik uygulamalarının firmalar tarafından tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarında kullanılması, süreç maliyetlerinin azalmasına ve tüketicilere dikkat çekici, farklı, etkileyici deneyim yaşatmanın kolaylaşmasına neden olabilir.
- Artırılmış gerçeklik uygulamaları, istekleri sürekli değişen ve gelişen tüketicilerden geri bildirim alınmasını kolaylaştırdığından firmalara rakipleri karşısında sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlayabilir.

Tüketicilerin ilgi düzeylerini her yapılan yenilikte bir üst düzeye taşıyan teknolojik gelişmelerden (Köse, 2017: 55) biri olan artırılmış gerçeklik, son yıllarda popüler hale gelmiş bir teknoloji olmakla birlikte, gelişimini henüz tam anlamı ile tamamlamış bir teknoloji değildir. Ancak artırılmış gerçeklik teknolojisinin önümüzdeki yıllarda tablet, mobil telefon gibi akıllı cihazların gelişmesi ile birlikte kullanım alanının çok daha fazla genişleyeceği söylenebilir. Bununla birlikte, her geçen gün artırılmış gerçeklik teknolojileri ile ilgili yeni çalışmalar yapılmakta ve hatta geliştirilmektedir. Tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarında artırılmış gerçeklik uygulamalarını inceleyen çok az sayıda çalışma bulunmaktadır. Dolayısıyla gelecekte artırılmış gerçeklik teknolojisinde ülkemizin de söz sahibi olmasına ve bu gelişime ayak uydurabilmesine, bu konuda yapılacak akademik çalışmaların önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Konu ile ilgili çalışmaların devamı ve geliştirilmesi açısından, artırılmış gerçeklik teknolojisinin kullanıldığı tüketici yönlü satış geliştirme çalışmalarının paylaşıma niyeti üzerindeki etkisini ölçen niceliksel araştırmaların yapılması önerilebilir.

#### **KAYNAKÇA**

Akengin, G., Mazlum, H. ve Özbek, S. (2018). Tipografide Yeni İfade Biçimi: Artırılmış Gerçeklikte Tipografi, *Uluslararası Sanatta Yüksek Teknoloji Kullanımı Kongresi Bildiriler Kitabı*, İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi Yayınları, 19-20 Nisan, s.137-147.

Aksoy, R. (2009). *İnternet Ortamında Pazarlama*, Ankara: Seçkin Yayıncılık San. ve Tic. A.Ş.

Altunışık, R., Özdemir, Ş. ve Torlak, Ö. (2007). *Pazarlamaya Giriş*, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

- Avcılar, M. Y., Demirgüneş, B. K. ve Açar, M. F. (2019 Temmuz). Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarının Kullanıcı Deneyimi, Tatmin ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi, *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 24, s.235-271.
- Azuma, R. T. (1997 August). A Survey of Augmented Reality, *Teleoperators and Virtual Environments*, 6(4), s.355-385.
- Belch, G. E. ve Belch, M. A. (2003). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*, Boston: McGraw-Hill Companies.
- Bozkurt, İ. (2004). *İletişim Odaklı Pazarlama: Tüketiciden Müşteri Yaratmak*, İstanbul: MediaCat.
- Büktel, S. (2017). Blippar Türkiye Ofisinin Ceo'su Belli Oldu, (Erişim Tarihi: 08.01.2021): <https://www.campaigntr.com/blippar-turkiye-ofisinin-ceosu-belli-oldu/>.
- Çakır, H. Ö. Ö. (2016). Satış Promosyonları, *Bütünleşik Reklam, Tutundurma ve Pazarlama İletişimi* içinde, (G. Öztürk, Çev. Edt.), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti., s.336-363.
- Cankül, D., Doğan, A. ve Sönmez, B. (2018). Yiyecek İçecek İşletmelerinde İnovasyon ve Artırılmış Gerçeklik Uygulamaları, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(3), s.576-591.
- Cehemi, F., Coulton, P. ve Edwards, R. (2007). Augmented Reality 3D Interactive Advertisements on Smartphones, *Sixth International Conference on the Management of Mobile Business*, (Erişim Tarihi: 25.12.2020): [https://www.researchgate.net/profile/Paul\\_Coulton/publication/4264057\\_Augmented\\_Reality\\_3D\\_Interactive\\_Advertisements\\_on\\_Smartphones/links/02bfe5108dd990aacc000000.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Paul_Coulton/publication/4264057_Augmented_Reality_3D_Interactive_Advertisements_on_Smartphones/links/02bfe5108dd990aacc000000.pdf).
- Cemalcılar, İ. (1983). *Pazarlama*. Eskişehir: Hakan Ofset.
- Codur, M. B. (2017). Yeni Bir Tasarım ve Tanıtım Tekniği Olarak Artırılmış Gerçeklik, 2. *Uluslararası Sanat Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi (MSKU) Bodrum Güzeli Sanatlar Fakültesi, 5-7 Ekim, Muğla, s.165-174.
- Doğan, Ö. E. (2017). Evrensellik ve Erişilebilirliğin Grafik Tasarım Çalışmalarında Kullanımı, *Ulakbilge*, 5(16), s.1677-1692.
- Ecer, H. F. ve Canitez, M. (2003). *Uluslararası Pazarlama: Teori ve Uygulamalar*, No:13, Niğde: Niğde Üniversitesi Yayınları.
- Elden, M. (2009). *Reklam ve Reklamcılık*, İstanbul: Say Yayınları.
- Ercanlı, Z. (2017). Ülker'den Türkiye'nin İlk Blippar Kampanyası, (Erişim Tarihi: 08.01.2021): <https://www.campaigntr.com/ulkerden-turkiyenin-ilk-blippar-kampanyasi/>.
- Erdem, A. (2006). *Tüketici Odaklı Bütünleşik Pazarlama İletişimi*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Erdemir, A. S. (2017, Bahar). Pazarlama yönelimli halkla ilişkilerde artırılmış gerçeklik çözümleri: Pokemon Go üzerinden bir değerlendirme. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(31), s. 61-79.
- Erdoğan, Z. (2013). Pazarlama İletişimi Kavramı ve Öğeleri, Y. Odabaşı (Edt.), *Pazarlama İletişimi* (s. 2-26), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayın No: 2850.
- Ergüven, S. (2013). Bütünleşik Pazarlama İletişimi ve Reklam, F. Uztuğ ve N. S. Sever (Edt.), *Reklamcılık* (s. 22-41), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayın No:2652.

- Eyidilli, S. (2011). Artırılmış Gerçeklik, (Erişim Tarihi: 08.12.2020): <https://webrazzi.com/2011/12/25/arttirilmis-gerceklik/>.
- Fırlar, B. G. ve Yeygel, S. (2004). *Sanal Ortamda Bütünleşik Pazarlama İletişimi*, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları No:29, İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- Göçmen, P. Ö. (2018 Aralık). Artırılmış Gerçeklik Uygulamaları ile Yeni Medya Reklam Tasarımı, *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat ve Tasarım Dergisi (STD)*, 22, s.175-191.
- Gökçearslan, A. (2016). Artırılmış Gerçeklik Uygulamaları ve Grafik Tasarım Alanına Yansımaları, *Turkish Studies*, 11(21), s.697-708.
- Gülçubuk, A. (2007). Tüketicilere Yönelik Satış geliştirmenin Artan Önemi, Uygulanabilirliği ve İzlenecek Stratejilerin İşletmeler Açısından Değerlendirilmesi, *Ege Akademik Bakış*, 7(1), s.57-77.
- Haşiloğlu, S. B. (2007). *Elektronik Posta ile Pazarlama*, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A. Ş.
- İçten, T. ve Bal, G. (2017). Artırılmış Gerçeklik Üzerine Son Gelişmelerin ve Uygulamaların İncelenmesi, *Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi Part C: Tasarım ve Teknoloji*, 5(2), s.111-136.
- Kahraman, H. (2018). Artırılmış Gerçeklik (Augmented Reality). (Erişim Tarihi: 05.12.2020): <https://www.endustri40.com/artirilmis-gerceklik-augmented-reality/>.
- Kapferer, J. N. (1991). *Reklam ve Çocuk*, Çev. Ş. Önder, İstanbul: Afa Yayınları.
- Kesebir, Z. (1988). *Çağdaş Pazarlamada Reklamcılık Prensipleri*, İstanbul: Marmara Üniversitesi İşletme Bilimleri Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayın No:11.
- Kırcova, İ. (2005). *İnternette pazarlama*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Kırcova, İ ve Enginkaya, E. (2015). *Sosyal Medya Pazarlama*, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Kitchen, P. J. ve Pelsmacker, P. D. (2004). *Integrated Marketing Communication: A Primer*, USA: Routledge.
- Kotler, P. (2000). *Pazarlama Yönetimi*, Çev. N. Muallimoglu, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Kotler, P. (2005). *A'dan Z'ye Pazarlama: Pazarlamayla İlgilenen Herkesin Bilmesi Gereken 80 Kavram*, Çev. A. K. Bakkal, İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Kotler, P. (2009). *Kotler ve Pazarlama: Pazar Yaratmak, Pazar Kazanmak Ve Pazarın Hakimi Olmak*. A. O. Acar (Çev.), İstanbul: Lifecycle Yayıncılık.
- Koroğlu, O. (2012). En Yaygın İletişim Ortamında Artırılmış Gerçeklik Uygulamaları, *17. Türkiye'de İnternet Konferansı (İNET-TR)*, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi, 7-9 Kasım, Eskişehir.
- Köse, N. (2017 Ocak). Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarının Reklam Kampanyalarına Etkisi, *Yeni Medya Elektronik Dergi / e-Journal of New Media-e-JNM*, 1(1), s.53-59.
- Küçüksaraç, B. ve Sayımer, İ. (2016). Deneyimsel Pazarlama Aracı Olarak Artırılmış Gerçeklik: Türkiye'deki Marka Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 51, s.73-95.
- Mestçi, A. (2013). *İnternette Reklamcılık: Dünya'da ve Türkiye'de İnternet ve İnternet Reklamcılığı Kavramları*, İstanbul: Pusula Yayıncılık.

- ... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)
- Mobil Dünyanın Geleceği, (2019). (Erişim Tarihi: 10.12.2020): [http://www.odd.org.tr/web\\_2837\\_1/entitafocus.aspx?primary\\_id=925&target=categorial1&type=33&detail=single](http://www.odd.org.tr/web_2837_1/entitafocus.aspx?primary_id=925&target=categorial1&type=33&detail=single).
- Mucuk, İ. (2009). *Pazarlama İlkeleri*, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Oluç, M. (2006). *Temel Pazarlama Kavramları*, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Odabaşı, Y. ve Oyman, M. (2010). *Pazarlama İletişimi Yönetimi*, İstanbul: MediaCat.
- Öney, Z. (2015). Blippar SXSW’de Yeni Görsel Arama Özelliğini Tanıttı, (Erişim Tarihi: 05.01.2021): <http://www.zehraoney.com/2015/03/16/blippar-sxswde-yeni-gorsel-arama-ozelligini-tanitti/>.
- Öze, N. ve Dikmen, S. (2018). Kontrol ‘Artırılmış Gerçeklik’te, E. Doğan ve N. Öze (Edt), *Issues Communication Media & Public Relations* (s. 9-19), London: IJOPEC Publication Limited.
- Özer, M. ve Özer, A. (2016). Parasal ve Parasal Olmayan Satış Tutundurmanın Marka Değerine Etkisi: Fayda-Uyum Teorisi Çerçevesinde Ürünün Faydacı-Hedonik Özelliği le Uyum ve Fırsat Yatınlığı Değişkenlerinin Düzenleyici Rolü. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 2(2), s. 51-90.
- Öztürk, S. A. (2003). Reklam ve Halkla İlişkiler, B. Tenekecioğlu (Edt.), *Pazarlama Yönetimi* (s. 247-264), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayın No: 1478.
- Öztürk, S. A. (2013a). Satış Tutundurma ve Kişisel Satış, M. Oyman (Edt.), *Bütünleşik Pazarlama İletişimi* (s. 64-93), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayın No: 2751.
- Öztürk, S. A. (2013b). Satış Tutundurma, Y. Odabaşı (Edt.), *Pazarlama İletişimi* (s. 100-122), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayın No: 2850.
- Pazarlama Yöntemi: Basılı Yayında Artırılmış Gerçeklik, (2016). (Erişim Tarihi: 20.12.2020): <https://pazarlama2016.wordpress.com/2016/01/13/pazarlama-yontemi-basili-yayinda-artirilmis-gerceklik/>.
- Pepsi “Pek Yakında” Blippar Kampanyası, (t.y.), (Erişim Tarihi: 01.01.2021): <https://www.iabturkiye.org/pepsi-pek-yakinda-blippar-kampanyasi>.
- Shaljani, B. (2018). Reklamlarda Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarının Tüketici Davranışlarında Oynadığı Rol. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Somyürek, S. (2014). Öğretim Sürecinde Z Kuşağının Dikkatini Çekme: Artırılmış Gerçeklik. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 4(1), s. 63-80.
- Statista, (2016). (Erişim Tarihi: 15.11.2020): <https://www.statista.com/statistics/615968/global-virtual-and-augmented-reality-economic-impact/>.
- Tek, Ö. B. (1999). *Pazarlama İlkeleri: Global Yönetimsel Yaklaşım-Türkiye Uygulamaları*, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A. Ş.
- Tığlı, M. ve Pirtini, S. (2003). Satış Özendirmede Etkili Bir Araç Olarak Insert ve Hiper/Süpermarket Müşterileri Üzerinde Bir Uygulama, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, s.117-143.
- Tosun, N. B., Uraltaş, N. T., Nas, A., Özkaya, B., Güdüm, S., Ertürk, B., Dönmez, M., Çerçi, M., Ülker, Y., Cesur, D. K., Varol, E. ve Kiçir, İ. (2018). *Reklam Yönetimi*, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Tosun, N. (2014). *Marka Yönetimi*, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

Tülü, M. ve Yılmaz, M. (2012). iPhone ile Arttırılmış Gerçeklik Uygulamalarının Eğitim Alanında Kullanılması, *Akademik Bilişim'12- XIV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, 1-3 Şubat, Uşak Üniversitesi, s.183-186.

Uğur, İ. ve Apaydın, Ş. C. (2014). Arttırılmış Gerçeklik Uygulamalarının Reklam Beğeni Düzeyindeki Rolü, *Humanities Science*, 9(4), s.145- 156.

Usul, G. (2012). Starbucks'tan Sevgililer Günü'ne Özel Uygulama, (Erişim Tarihi: 12.11.2020): <https://sosyalmedya.co/starbucks-sevgililer-gunu/>.

Ünsal, Y. (1984). *Bilimsel Reklam ve Pazarlamadaki Yeri*. İstanbul: Başkent Ofset.

Yengin, D. ve Bayrak, T. (2017). *Sanal Gerçeklik*, İstanbul: Der Yayınları.

Yükselen, C. (2003). *Pazarlama: İlkeler – Yönetim*, Ankara: Detay Yayıncılık.



**HEMŞİRELERİN KANITA DAYALI HEMŞİRELİK UYGULAMALARINA YÖNELİK TUTUMLARININ İNCELENMESİ****Esin SEVGİ DOĞAN\*****Aynur CİN\*\*****Hatice DEMİRAG\*\*\*****Meral FİDAN UÇAN\*\*\*\*****Özet**

**Giriş ve Amaç:** Günümüzde tüm alanlarda olduğu gibi sağlık alanında da bilgiler hızla yenilenmekte ve gelişmektedir. Bu durum sağlık alanında gelenekselden ziyade kanıta dayalı uygulamalara doğru eğilimi arttırmaktadır. Bu araştırmanın amacı; hemşirelerin kanıta dayalı hemşireliğe yönelik tutumlarını değerlendirmektir.

**Yöntem:** Tanımlayıcı ve kesitsel tipteki bu çalışma, Ekim 2018-Ocak 2019 tarihleri arasında bir devlet hastanesinde çalışan 63 hemşire ile yapılmıştır. Araştırmanın verileri “Hemşire Tanıtım Formu” ve “Kanıta Dayalı Hemşireliğe Yönelik Tutum Ölçeği (KDHYTÖ)” ile toplanmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde sayı, yüzde, ortalama ve standart sapma, Mann Whitney U testi ve Kruskal Wallis testi ve korelasyon analizi uygulanmıştır.

**Bulgular:** Araştırmaya katılan hemşirelerin yaş ortalaması 28,48±6,28 yıldır. Hemşirelerin %88,9'u kadın, %90,5'i lisans mezunu ve %54'ü bekadır. Hemşirelerin KDHYTÖ toplam puan ortalamasının 61,46±8,08 olduğu belirlenmiştir. Araştırmaya katılan hemşirelerden kanıta dayalı uygulamalara yönelik eğitim alanların, klinik uygulamalarında kanıta dayalı uygulamaları kullananların ve kanıta dayalı bakım vermenin iş yoğunluğunu olumsuz etkileyebileceği düşüncesine sahip olmayanların KDHYTÖ toplam puanları anlamlı olarak daha yüksek bulunmuştur.

**Sonuç:** Hemşirelerin kanıta dayalı hemşireliğe yönelik tutumları orta düzeyde bulunmuştur. Kanıta dayalı hemşireliğe yönelik eğitim alan ve klinik uygulamalarında kanıta dayalı uygulamaları kullandıklarını belirtenlerin kanıta dayalı hemşireliğe yönelik tutumları daha olumlu çıkmıştır.

**Anahtar Sözcükler:** Hemşire, Kanıta dayalı hemşirelik, Tutum.

**INVESTIGATION OF NURSES' ATTITUDES TOWARD EVIDENCE-BASED NURSING PRACTICES****Abstract**

**Background and Aim:** Today, information in the field of health as in all areas is being renewed and developed rapidly. This increases the trend towards evidence-based practices rather than traditional ones in the field of health. The aim of this research to evaluate the attitudes of nurses towards evidence-based nursing.

**Methods:** This descriptive and cross-sectional study was conducted with 63 nurses working in a public hospital between October 2018-January 2019. The data of the study was collected with “Nurse Identification Form” and “Evidence-Based Attitude Scale towards Nursing (EBASN)”. Number, percentage, mean and standard deviation, Mann Whitney U test, Kruskal Willes test and correlation analysis was used to evaluate the data.

\* Arş. Gör. Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Hemşirelik Bölümü, ORCID: 0000-0003-0901-3062, esinsevgi1990@hotmail.com

\*\* Öğr. Gör., Gümüşhane Üniversitesi, Kelkit Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Tıbbi Hizmetler ve Teknikler Bölümü, ORCID: 0000-0002-5861-0421, aynurcin@gumushane.edu.tr

\*\*\* Öğr. Gör., Gümüşhane Üniversitesi, Kelkit Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Tıbbi Hizmetler ve Teknikler Bölümü, ORCID: 0000-0002-2393-563X, hatice\_etbas@hotmail.com

\*\*\*\* Hemşire, Gümüşhane Devlet Hastanesi, ORCID:0000-0002-9688-5039, meralucan58@gmail.com

Araştırma Makalesi.

Sayfa Sayısı: 612-622

Makale Geliş Tarihi: 15.02.2021

Makale Kabul Tarihi: 23.03.2021

Makale Yayın Tarihi:05.05.2021

**Findings:** The mean age of the nurses participating in the study was  $28.48 \pm 6.28$  years. 88.9% of them are women, 90.5% are under graduate and 54% are single. It was determined that the EBASN total score average of the nurses was  $61.46 \pm 8.08$ . Among the nurses participating in the study, those who received evidence-based practices, those who used evidence-based practices in clinical practices, and those who did not think that evidence-based care could adversely affect the workload were found to have significantly higher total scores of the EBASN.

**Results:** Attitudes of nurses towards evidence-based nursing were moderate. The attitudes of those who received evidence-based nursing training and stated that they used evidence-based practices in their clinical practices were more positive in terms of evidence-based nursing.

**Keywords:** Keywords: Nurse, evidence-based nursing, attitude.

## 1. Giriş

Kanıt dayalı uygulama, sağlık çalışanlarının kendilerini güncellemelerine, hastanın ihtiyaçlarını ve seçimlerini de göz önünde bulundurarak etkili klinik kararlar vermesine yardımcı olan bir süreçtir (Ashktorab,2015; Levin, 2010:117). Aynı zamanda sağlık sonuçlarını, hizmet kalitesini, hasta güvenliğini, klinik etkinliği ve çalışan performansını iyileştirmek için araştırma kanıtlarını, klinik uzmanlığı, hasta değerlerini ve tercihlerini birleştirerek en iyi ve geçerli kanıtların kullanıldığı bir problem çözme yaklaşımıdır (Melnyk: 2011). Diğer bir deyişle; kanıt temelli uygulama (EBP), Hemşirelerin bireysel ve mesleki gelişimini sağlamada, hastalara daha yüksek bakım kalitesi sağlayarak problem çözme yaklaşımını benimsemiş, maliyeti azaltmada sağlık çalışanlarının mevcut en güncel ve geçerli delillere dayandırılarak yaptığı uygulamaların bütünüdür (Fortney, 2014: 1832; Heydari, 2014: 325).

Hemşirelikte araştırmanın en iyi kanıtı, hemşirelikle ilgili hasta bakımı hizmetlerinin sağlanması ile ilgili sorunların çözümüne yönelik kaliteli çalışma bulgularının sentezinden elde edilen bilgilerdir (Grove:2015). Hemşirelerin karar vermesinde önemli yer alan, hasta ihtiyaçlarını göz önünde bulunduran araştırma temelli bilgilerin uygulanması kanıt dayalı hemşirelik olarak tanımlanabilir (Cullum, 2008:334). Kanıt dayalı uygulama, hemşirelik bakımında büyük fayda sağlayan bir araç olmakla birlikte, sağlık maliyetlerini ve klinik uygulamadaki değişkenliği azaltmaya yardımcı olur, ayrıca hemşirelik bakımı uygulamalarının kalitesini artırır (Parker, 2002:139). Ayrıca, bilimsel kanıtlara dayalı pratik yapan hemşireler hizmet sunumunda daha iyi kararlar vermektedir (Stokke, 2014:8). Kanıt dayalı uygulama bilgi ve becerileri güvenli, kaliteli hasta bakımı sağlamak açısından tüm hemşireler için gereklidir (Stevens: 2013).

Profesyonel bir meslek olan hemşireler açısından kanıt dayalı uygulamaların kullanımı bakımın kalitesinin artması, tıbbi hata olasılığının azalması, hasta memnuniyetinin artması ve maliyetlerin azalması bakımından oldukça önemlidir (Daştan, 2018:3). Ancak, kanıt dayalı uygulama kullanımının geliştirilebilmesi için hemşirelerde EBS'nin farkındalığı artırılmalı ve hemşirelerin EBS'ye yönelik olumlu bir tutum geliştirmeleri gerekmektedir (Cabana, 1999:1461).

Bu bağlamda, literatürde hemşirelerin kanıta dayalı hemşireliğe yönelik tutumlarını değerlendiren araştırmalar olmasına rağmen, sayılarının artmasında yarar olacağı düşünülmektedir. Bu araştırmanın amacı; hemşirelerin kanıta dayalı hemşireliğe yönelik tutumlarını değerlendirmektir. Bu amaçla aşağıdaki sorulara yanıt aranacaktır;

- Hemşirelerin kanıta dayalı hemşireliğe yönelik tutumları nasıldır?
- Hemşirelerin sosyo-demografik özelliklerine göre kanıta dayalı hemşireliğe yönelik tutumları arasında anlamlı fark var mıdır?

## 2. Yöntem

**2.1. Araştırmanın Tipi:** Bu çalışma, tanımlayıcı ve kesitsel tipte yürütülmüştür.

**2.2. Araştırmanın Yeri ve Zamanı:** Bu çalışma Gümüşhane Devlet Hastanesinde Ekim 2018-Ocak 2019 tarihleri arasından yapılmıştır.

**2.3. Araştırmanın Evren ve Örnekleme:** Araştırmanın evreninin Gümüşhane devlet hastanesinde çalışan tüm hemşireler oluşturmaktadır. Araştırmada, herhangi bir örneklem seçimi yapılmadı. Hastanede çalışan 63 hemşire (evrende yer alan tüm hemşireler) ile çalışma yapılmıştır.

**2.4. Veri Toplama Araçları:** Araştırmanın verileri “Hemşire Tanıtım Formu” ve “Kanıtı Dayalı Hemşireliğe Yönelik Tutum Ölçeği (KDHYTÖ)” ile toplanmıştır.

**Hemşire Tanıtım Formu:** Hemşirelerin sosyo demografik özelliklerini, meslekte çalışma süresini, bilimsel etkinliklere katılım durumunu sorgulayan sorulardan oluşmaktadır.

**Kanıta Dayalı Hemşireliğe Yönelik Tutum Ölçeği (KDHYTÖ):** Ölçek 2011 yılından Ruzafa-Martinez, Lopez-Ibaorra ve Madrigal-Torres tarafından geliştirilmiştir (Ruzafa-Martínez, 2011). Ölçeğin uyarlaması ülkemiz için Ayhan ve arkadaşları tarafından yapılmıştır. 15 maddeden oluşan ölçek üç alt boyuta sahiptir. Ölçekten en fazla 75, en az ise 15 puan alınabilmektedir. Kesme noktası bulunmayan ölçekten alınan puan arttıkça kanıta dayalı hemşireliğe yönelik tutum olumlu yönde değişmektedir (Ayhan, 2015:21). Bu çalışmada ölçeğin tümü için Cronbach alfa güvenilirlik kat sayısı 0,897 olarak bulunmuştur.

**2.5. Araştırmanın Etiği:** Araştırmanın yapılabilmesi için Gümüşhane Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Etik Kurulu'ndan (13/09/2018 tarih ve 2018/7 sayılı karar) ve araştırmanın yapıldığı İl Sağlık Müdürlüğü'nden (04/10/2018 tarihli ve 38032705/044/168 sayılı) yazılı izin alınmıştır. Araştırmaya katılan hemşirelere çalışmanın amaç ve yararları çalışmadaki rolleri açıklanarak yazılı onayları alınmıştır.

**2.6. Verilerin Değerlendirilmesi:** Veriler bilgisayar ortamında analiz edilmiştir. Verilerin normal dağılıma uygun olup olmadığı Kolmogorov-Smirnov testi ile belirlenmiş olup anlamlılık % 5 hata payı ile  $p < 0,05$  düzeyinde kabul edilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde sayı, yüzde, aritmetik

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

ortalama, standart sapma, minimum, maksimum değerler, gibi tanımlayıcı istatistikler, Mann-Whitney U testi, Kruskal Wallis testi kullanılmıştır.

## 2.7. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışma bir ilçe devlet hastanesinde yürütüldüğü için çalışmanın sonuçları sadece bu hastanede çalışan hemşireler için geçerlidir. Araştırma örnekleminin küçük olması diğer bir sınırlılıktır. Bu nedenle tüm hemşirelere genellenemez. Buna ek olarak, sadece hemşirelerin ifadelerinden elde edilen veriler yer almaktadır. Gözleme dayalı bulgular yer almamaktadır. Çalışmanın bu sınırlılıklarına rağmen araştırma bulgularının, kanıta dayalı hemşireliğe yönelik yapılacak araştırmalara ve eğitim programlarına yol göstermesi açısından önemli katkısı olabileceği düşünülmektedir.

## 3. Bulgular

Bu bölümde araştırma bulgularına yer verilmiştir.

**Tablo 1. Hemşirelerin Tanıtıcı Özellikleri (n=63)**

Özellikler	Sayı	%
<b>Cinsiyet</b>		
Kadın	56	88,9
Erkek	7	11,9
<b>Medeni durum</b>		
<b>Evli</b>	29	46
<b>Bekar</b>	34	54
<b>Eğitim durumu</b>		
Orta Öğrenim	3	4,8
Önlisans	3	4,8
Lisans	57	90,5
<b>Çalışılan Birim</b>		
Dahili birim	35	55,6
Cerrahi birim	18	28,6
İdari birim	10	15,9
<b>Klinikte çalışma yılı</b>		
1 yıldan az	22	34,9
1-5 yıl	35	55,6
6 yıldan fazla	6	9,5
<b>Kanıta dayalı hemşireliği yönelik eğitim alma durumu</b>		
Evet	36	57,1
Hayır	27	42,9
<b>Bilimsel toplantılara katılma</b>		
Evet	15	23,8
Hayır	48	76,2
<b>Mesleğe ait birliklere üyelik</b>		
Evet	45	71,4
Hayır	18	28,6
<b>Klinik bakım verme sürecinizde kanıta dayalı uygulamaları kullanma durumu</b>		
Evet	45	71,4
Hayır	18	28,6

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)		
<b>Kanıtaya dayalı uygulamaların hemşirelik bakım kalitesini arttıracığına inanma durumu</b>		
Evet	59	97,7
Hayır	4	6,3
<b>Kanıtaya dayalı bakım vermenin iş yoğunluğunuza olumsuz etkileyeceğini düşünme durumu</b>		
Evet	12	19
Hayır	51	81
<b>Yaş (yıl)</b> Ort ± SS ve min-max: 28,48±6,28 (21-49)		

\*p<0,05 KW:Kruskal Wallis

\*\*p<0,01U: Mann Whitney U

\*\*\*Ortalama ± Standart Sapma=Ort± SS

Araştırmaya katılan hemşirelerin yaşları 21-49 yaşları arasında değişmekte olup, ortalama 28,48±6,28 yıl olarak hesaplanmıştır. Araştırmaya katılanların %88,9'u kadın, %54'ü bekar, %90,5'i lisans mezunudur. Çalışmaya katılanların %55,6'sı dahili birimlerde, %28,6'sı cerrahi birimlerde ve % 15,9'u idari birimde görev yapmaktadır. Araştırmaya katılanların yarısından fazlası 1- 5 yıldır hemşire olarak çalışmaktadır.

Araştırmaya katılanların %57,1'i kanıtaya dayalı hemşireliğe yönelik eğitim aldığını, %76,2' si bilimsel toplantılara katılmadığını, %71,4'ü mesleğine ait bir üyeliğinin olduğunu, %71,4'ü klinik bakım verme sürecinde kanıtaya dayalı uygulamaları kullandığını, %97,7'si kanıtaya dayalı hemşirelik uygulamalarının hemşirelik bakım kalitesini arttıracığına inandıklarını, %81'i kanıtaya dayalı bakım vermenin iş yoğunluğunu olumsuz etkilemeyeceğini düşündüklerini ifade etmiştir (Tablo 1).

**Tablo 2. Hemşirelerin Kanıtaya Dayalı Hemşireliğe Yönelik Tutum Ölçeği'nden (KDHYTÖ) Aldıkları Puanlar (n=63)**

<b>KDHYTÖ ve alt boyutları</b>	<b>Min-max</b>	<b>Ort± SS</b>
Kanıtaya dayalı hemşireliğe yönelik inanç	21,00-35,00	29,05±4,12
Uygulama niyeti	11,00-20,00	15,70±2,69
Duygular	9,00-20,00	16,71±2,71
Ölçek toplam	45,00-75,00	61,46±8,08

\*Ortalama ± Standart Sapma=Ort± SS

Kanıtaya Dayalı Hemşireliğe Yönelik Tutum Ölçeği'nin alt boyut puanları 9-35 arasında bulunmuştur. Araştırmaya katılan hemşirelerin KDHYTÖ puan ortalamasının 61,46±8,08 olduğu saptanmıştır. Araştırmaya katılan hemşirelerin KDHYTÖ alt boyutlarından aldıkları puanların ortalamaları incelendiğinde en yüksek puanı "kanıtaya dayalı hemşireliğe yönelik inanç ve beklentiler" alt boyutundan (29,05±4,12) ve en düşük puanı ise "kanıtaya dayalı uygulama niyeti (15,70±2,69)" alt boyutundan aldıkları belirlenmiştir (Tablo 2).

**Tablo 3. Hemşirelerin Tanıtıcı Özelliklerine Göre Kanıta Dayalı Hemşireliğe Yönelik Tutum Ölçeği'nden (KDHYTÖ) Aldıkları Puanlar Arasındaki Fark (n=63)**

	Ölçek toplam	Kanıta dayalı hemşireliğe yönelik inanç	Uygulama niyeti	Duygular
<b>Cinsiyet</b>				
Kadın (56)	32,77	32,20	33,40	32,07
Erkek (7)	25,86	30,43	20,55	31,43
	u=153,000 p= 0,360	u=185,000 p= 0,822	u=115,500 p= 0,078	u=192,000 p= 0,940
<b>Medeni durum</b>				
Evlü (29)	33,69	34,05	33,53	33,55
Bekar (34)	30,56	30,25	30,69	30,68
	u=444,000 p= 0,498	u=433,500 p= 0,402	u=448,500 p= 0,535	u=448,000 p= 0,526
<b>Çalışılan Birim</b>				
Dahili birim (35)	31,28	30,43	34,34	33,10
Cerrahi birim (18)	33,00	36,44	31,47	31,44
İdari birim (10)	27,40	29,50	32,50	29,15
	KW=,753 p= 0,686	KW=1,564 p= 0,457	KW=2,198 p= 0,333	KW=0,410 p= 0,818
<b>Klinikte çalışma yılı</b>				
1 yıldan az (22)	36,02	37,16	37,14	31,34
1-5 yıl (35)	29,54	28,01	28,64	33,74
6 yıldan fazla (6)	31,58	36,03	27,40	24,25
	KW=1,698 p= 0,428	KW=3,889 p= 0,143	KW=2,938 p= 0,230	KW=1,478 p= 0,478
<b>Kanıta dayalı hemşireliği yönelik eğitim alma durumu</b>				
Evet (36)	37,36	36,29	37,90	36,29
Hayır (27)	24,85	26,28	24,13	26,28
	u=293,000 p= 0,007**	u=709,500 p= 0,028*	u=273,500 p= 0,003**	u=331,500 p= 0,028*
<b>Bilimsel toplantılara katılma</b>				
Evet (15)	34,30	31,60	39,60	31,90
Hayır (48)	31,28	32,13	29,63	32,03
	u=325,500 p= 0,577	u=474,000 p= 0,921	u=246,000 p= 0,063	u=358,500 p= 0,980
<b>Mesleğe ait birliklere üyelik</b>				
Evet (45)	33,18	33,32	32,83	32,82
Hayır (18)	29,06	28,69	29,92	29,94
	u=352,000 p= 0,419	u=345,500 p= 0,355	u=367,500 p= 0,564	u=368,000 p= 0,565
<b>Klinik bakım verme sürecinizde kanıta dayalı uygulamaları kullanma durumu</b>				
Evet (45)	35,60	35,33	37,50	32,64
Hayır (18)	23,00	23,67	16,25	30,39
	u=243,000 p= 0,014*	u=255,000 p= 0,020*	u=157,000 p= 0,000**	u=379,000 p= 0,652
<b>Kanıta dayalı bakım vermenin iş yoğunluğunuzu olumsuz etkileyeceğini düşünme durumu</b>				
Evet (12)	21,67	23,71	24,46	23,25
Hayır (51)	34,43	33,95	33,77	34,06
	u=182,000 p= 0,030*	u=206,500 p= 0,075	u=215,500 p= 0,109	u=201,000 p= 0,061

\*p&lt;0,05 KW:Kruskal Wallis

\*\*p&lt;0,01U: Mann Whitney U

Araştırmaya katılan hemşirelerin cinsiyet, medeni durumu, çalıştığı birim, klinikte çalışma yılı, çalışılan birim, bilimsel toplantılara katılma, mesleğe ait birliklere üyelik durumuna göre KDHYTÖ puanları açısından anlamlı fark bulunmazken ( $p<0,05$ ); hemşirelerden kanıta dayalı uygulamalara yönelik eğitim alanların, klinik uygulamalarında kanıta dayalı uygulamaları kullananların ve kanıta dayalı bakım vermenin iş yoğunluğunu olumsuz etkileyebileceği düşüncesine sahip olmayanların KDHYTÖ toplam puanları ( $p<0,05$ ) anlamlı olarak daha yüksektir (Tablo 3).

**Tablo 4. Hemşirelerin Yaş ile Kanıta Dayalı Hemşireliğe Yönelik Tutum Ölçeği'nden (KDHYTÖ) Aldıkları Puanlar Arasındaki Korelasyon (n=63)**

	Ölçek toplam	Kanıta dayalı hemşireliğe yönelik inanç	Uygulama niyeti	Duygular
Yaş	<b>0,015*</b>	<b>0,047*</b>	-0,054	0,089

\* $p<0,05$

Araştırmaya katılan hemşirelerin yaşı ile KDHYTÖ toplam puanları( $p<0,05$ ) ile kanıta dayalı hemşireliğe yönelik inanç ve beklenti alt boyut puanları(  $p<0,05$ ) arasında pozitif yönde anlamlı korelasyon bulunmuştur (Tablo 4).

#### 4. Tartışma

Literatürde klinik ortamlarda kanıta dayalı uygulamaları kullanmada zorlukların olduğu gösterilmiştir (Koehn,2008:209). Hemşireler açısından en büyük engeller, zamanın olmaması, araştırma kanıtlarını bulma ve yönetme becerilerinin olmamasıdır (Dalheim, 2012:1). Dil engelleri, araştırma bulgularına erişememe, yorumlayamama, kullanamama ve kanıta dayalı uygulamalar ile ilgili bilgi eksikliği gibi diğer engeller de rapor edilmiştir (Ammouri, 2014:537; McGinty,2008:162). Hemşirelerin bakım süreçlerinde kanıta dayalı uygulamaları yansıtabilmeleri için kanıta dayalı uygulamalara yönelik olumlu tutum geliştirmeleri oldukça önemlidir (Ruzafa-Martínez, 2011:664).

Araştırmaya katılan bireylerin bilimsel toplantılara katılım oranları düşük olup, Kuuppeloma ve Tuomi'nin (2005) yaptıkları araştırmanın sonuçları ile benzerlik göstermektedir (Kuuppelomäki, 2003:594). Daştan ve Hintistan (2018) yaptıkları araştırmada bilimsel toplantılara katılım oranı yüksek bulunmuştur (Daştan,2018:4). Bu farklılığın araştırmaların yapıldığı hastanelerin bulunduğu bölgeden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Bu çalışmada hemşirelerin kanıta dayalı uygulamalara yönelik tutumlarının orta düzeyde olduğu belirlenmiştir. Umman'da yapılan bir araştırmada; hemşirelerin % 83'ü internette araştırmada orta derecede başarıyken, hemşirelerin sadece %36'sının veri tabanlarını kullanarak yeterli arama becerisine sahip olduğu saptanmıştır (Ammouri, 2014:537). Ayrıca, bulgular

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

hemşirelerin bilgi ve becerilerde daha düşük, tutumlarda ise orta düzeyde puan aldığını göstermiştir. Suudi Arabistan’da aynı konuyla ilgili başka bir çalışmada, hemşirelerin kanıta dayalı uygulamalar hakkında orta düzeyde bilgiye sahip oldukları, ancak kanıta dayalı uygulamalara karşı olumsuz tutumları olduğu saptanmıştır (Grove: 2015). Oulu Üniversitesi’nde gerçekleştirilen bir çalışmada kanıta dayalı eğitim müdahalesinin acil servis hemşirelerinin EBP’ye yönelik tutumları, bilgileri, becerileri, öz-yeterlik ve davranışları üzerindeki etkinliği değerlendirilmiştir. Deney grubu (n = 40) çok yönlü bir EBP eğitimi, kontrol grubuna (n=40) kendi kendine yönelik bir EBP eğitimi verilmiştir. Eğitim sonuçları eğitimden hemen sonra, 6 ay ve 12 ay sonra tekrar değerlendirilmiştir. Acil servis hemşirelerinin EBP tutum, bilgi, beceri ve öz yeterlilik puanları başlangıçtaki seviyeden daha yüksek bulunmuştur. Eğitimden hemen sonra ve eğitimden 6 ve 12 ay sonra yapılan değerlendirmelerde EBP bilgisi deney grubunda daha yüksek bulunmuştur. Değerlendirme sonrası 6 aylık ölçüm noktasında öz yeterlik ve davranış; 12 aylık ölçüm noktasında EBP tutumları ve becerileri açısından gruplar arasında anlamlı farklılık saptanmıştır. Çalışma sonucunda EBP eğitim müdahalelerinin acil servis hemşirelerinin EBP bilgilerini, becerilerini ve davranışlarını geliştirdiği ve hastalara fayda sağladığı saptanmıştır. Çalışma sonucunda acil servis hemşirelerinde EBP’yi teşvik etmek için çok yönlü öğrenme stratejileri kullanan eğitimsel müdahaleler tavsiye edilmektedir. Araştırmamıza katılan hemşirelerin kanıta dayalı hemşireliğe yönelik tutumları olumlu bulunmuştur. Özellikle kanıta dayalı hemşireliğe yönelik eğitim alan ve klinik uygulamalarında kanıta dayalı uygulamaları kullandıklarını belirtenlerin kanıta dayalı hemşireliğe yönelik tutumları daha olumlu saptanmıştır. Araştırmamız, yapılan başka çalışmaların sonuçları açısından benzerlik göstermektedir (Koota: 2020).

Literatürde hemşirelerin kanıta dayalı hemşireliğe yönelik tutumlarını inceleyen bir çok araştırma bulunmaktadır (Ruzafa-Martínez, 2011; Ayhan, 2015; Kuuppelomäki, 2003; Brown, 2009; Thiel,2008; Durmuş, 2017; Koehn,2008; Küçüköğlü, 2017; Yılmaz:2018; Koota:2020). Bu çalışmanın sonuçları literatür ile benzerlik göstermekte olup olumlu yöndedir. Buna karşın yapılan kimi araştırmalarda (Grove:2015, Breimaier, 2011:1744) ise hemşirelerin tutumlarının olumsuz yönde olduğu saptanmıştır.

Araştırmaya katılan bireylerin KDHYTÖ alt boyutlarından aldıkları puanların ortalamaları incelendiğinde en yüksek puanı “kanıta dayalı hemşireliğe yönelik inanç” alt boyutundan ve en düşük puanı ise “kanıta dayalı uygulama niyeti (15,70±2,69)” alt boyutundan aldıkları görülmekte olup literatür (Daştan,2018:5;Küçüköğlü, 2017:5; Yılmaz: 2018) ile benzerlik göstermektedir.

Bu araştırmada cinsiyet, medeni durum ve çalışılan birimin hemşirelerin kanıta dayalı uygulamalara yönelik tutumlarını etkilemediği saptanmıştır. Literatürdeki araştırmalarda da cinsiyet, medeni durum ve çalışılan birimin hemşirelerin kanıta dayalı uygulamalara yönelik



tutumlarını etkilemediği saptanmıştır (Daştan 2018:6; Durmuş, 2017:654; Küçükoğlu, 2017:5). Bu araştırmada hemşirelerin kanıta dayalı hemşirelik uygulamalarını kullanma durumunun ve bu konuya yönelik eğitim alma durumunun hemşirelerin kanıta dayalı hemşirelik uygulamalarına yönelik tutumunu etkileyen faktörlerden ikisi olduğu ortaya çıkmıştır. Yapılan kimi araştırmalarda da benzer sonuçlar olduğu görülmektedir (Kuuppelomäki, 2003:593; Breimaier, 2011:1744, Gerçek, 2016: 50-6). Bu sonuç, kanıta dayalı hemşirelik uygulamalarına yönelik eğitim alan ve aldıkları eğitim sonucunda kanıta dayalı hemşirelik uygulamalarını aktif olarak kullanan hemşirelerin kanıta dayalı hemşirelik uygulamalarına yönelik bilgi ve farkındalığının artışı ile açıklanabilir.

Bu araştırmada yaşın artmasının kanıta dayalı hemşireliğe yönelik tutumları olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir. Literatürde benzer araştırma sonuçlarının olduğu görülmektedir (Yılmaz:2018; Özdemir, 2009:319). Bu sonuçlardan farklı olarak, Daştan ve Hintistan'ın (2018) yaptıkları araştırmada yaş grupları arasında kanıta dayalı hemşireliğe yönelik anlamlı fark olmadığı bulunmuştur (Daştan, 2018:6). Bu sonuç, yaşlanma ile birlikte bireylerin bilgi birimlerinin arttırması ile açıklanabilir.

Kanıta dayalı uygulama, hemşirelik uygulamaları ve karar vermede güveni artırmak açısından hasta bakımının genel kalitesinin iyileştirilmesinde önemlidir. Hemşireler arasında kanıta dayalı uygulamanın önündeki dört bireysel engelin; hemşirelerin bilgi eksikliği, kanıta dayalı uygulamaların kullanımı ile ilgili beceri, farkındalık ve profesyonel meslek özelliği eksikliği, hemşirelerin EBP kullanımında davranış ve deneyim eksikliği, EBP kullanımı ve uygulamadaki dil engeli olduğu ifade edilmektedir. Hemşireler açısından bireysel engellerin kaldırılması ve kanıta dayalı hemşirelik uygulamalarının kullanımının arttırılması hasta bakımının genel kalitesinin iyileştirilmesinde yarar sağlayacaktır (Alatawi, 2020:35).

### **Sonuç**

Araştırmaya katılan hemşirelerin kanıta dayalı hemşireliğe yönelik tutumlarının olumlu olduğu görülmektedir. Özellikle kanıta dayalı hemşireliğe yönelik eğitim almanın ve klinikte kanıta dayalı hemşirelik uygulamalarını kullanmanın kanıta dayalı hemşireliğe yönelik olumlu tutumu etkilediği söylenebilir. Bu bağlamda, hemşirelerde kanıta dayalı uygulamalara yönelik olumlu tutumların geliştirilmesi için kanıta dayalı uygulamaların ne olduğu ve klinikteki kullanım alanlarına yönelik eğitimler düzenlenmesi, hemşirelerin çalıştığı kurumlarda kanıta dayalı hemşirelik uygulamalarını kullanmaları konusunda desteklenmesi, hemşirelerin öğrencilik yıllarından itibaren kanıta dayalı hemşirelik uygulamaları hakkında bilgilendirilmeleri, hemşirelik programlarının eğitim müfredatlarına kanıta dayalı hemşirelik uygulamaları ve bunların kullanımı hakkında içeriklerin eklenmesi önerilmektedir.

**Kaynakça**

- Alatawi M., Aljuhani E, Alsufiany F., Aleid K., Rawah R., Aljanabi S., Banakhar M. (2020). Barriers of Implementing Evidence-Based Practice in Nursing Profession: A Literature Review. American Journal of Nursing Science, S.9(1), s. 35-42  
doi: 10.11648/j.ajns.20200901.16
- Ammouri, A.A., Raddaha, A.A., Dsouza, P., Geethakrishnan, R., Noronha, J.A., Obeidat A.A., Shakman L. (2014). Evidence-based practice: Knowledge, attitudes, practice and perceived barriers among nurses in Oman. Sultan Qaboos Univ Med J, S.14, s.537
- Ashktorab, T., Pashaepoor, S., Rassouli, M., & Alavi-Majid, H. (2015). Nursing students' competencies in evidence-based practice and its related factors. Nursing Midwifery Studies, S.4(4), s.23047 doi:10.17795/nmsjournal 23047
- Ayhan, Y., Kocaman, G., Bektaş, M. (2015). Kanıta Dayalı Hemşireliğe Yönelik Tutum Ölçeği'nin Türkçe'ye uyarlanması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. Hemşirelikte Araştırma Geliştirme Dergisi, S.17(2-3), s.21-35. (Erişim tarihi:04.02.2021):  
[http://hemarge.org.tr/ckfinder/userfiles/files/2015/3%20\(1\).pdf](http://hemarge.org.tr/ckfinder/userfiles/files/2015/3%20(1).pdf)
- Breimaier, H.E., Halfens, R.J.G., Lohrmann, C. (2011). Nurses' wishes, knowledge, attitudes and perceived barriers on implementing research findings into practice among graduate nurses in Austria. J Clin Nurs. S.20(11-12), s.1744-56 doi: 10.1111/j.1365-2702.2010.03491.x
- Brown, C.E., Wickline, M.A., Ecoff, L., Glaser, D. (2009). Nursing practice, knowledge, attitudes and perceived barriers to evidence-based practice at an academic medical center. J Adv Nurs, S.65(2), s.371-81 doi: 10.1111/j.1365-2648.2008.04878.x
- Cabana, M.D., Rand, C.S., Powe N.R., Wu A.W., Wilson M.H., Abboud P.A., Rubin H.R. (1999). Why don't physicians follow clinical practice guidelines? A framework for improvement. JAMA, S. 282(15), s.1458-1465 doi: 10.1001/jama.282.15.1458.
- Cullum, N., Ciliska, D., Haynes, B., Marks, S. (2008). Evidence-based nursing: An introduction. 1st ed. (s. 334). Oxford Malden, MA: Wiley-Blackwell Publishing.
- Dalheim, A., Harthug, S., Nilsen, R.M., Nortvedt, M.W. (2012). Factors influencing the development of evidence-based practice among nurses: A self-report survey. BMC Health Serv Res, S.12, s.1
- Daştan, B., Hintistan, S. (2018). Dahiliye Kliniklerinde Çalışan Hemşirelerin Kanıta Dayalı Hemşireliğe Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi: Kırsal Bölge Örneği. Ordu Üniversitesi Hemşirelik Çalışmaları Dergisi, S.1(1), s. 1-9.
- Durmuş, M., Gerçek, A., Çiftci, N. (2017). Sağlık çalışanlarının problem çözme becerilerinin kanıta dayalı tutum algıları üzerindeki etkisi. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5(52), s. 648-661.
- Fortney, J.C., Pyne, J.M., Burgess, J.F. (2014). Population-level cost-effectiveness of implementing evidence-based practices into routine care. Health Services Research, S.49(6), s.1832-1851.
- Gerçek, E., Okursoy, A., & Dal, N.A. (2016). Awareness and attitudes of Turkish nursing students towards research and development in nursing. Nurse Educ Today, S.46(Supplement C), s.50-6 doi: 10.1016/j.nedt.2016.08.015
- Grove SK, Gray JR, Burns N. (2015). Understanding Nursing Research Building an Evidence-Based Practice, 6th ed. Amsterdam:Elsevier Inc.
- Hasheesh, M.O.A., Aburuz, M.E. (2016). Knowledge, attitude and practice of nurses towards evidence-based practice at al-medina, KSA. Jordan Med J, S.51(2), s. 47-56.
- Heydari, A., Mazlom, S.R., Ranjbar, H., Scurllock-Evans, L. (2014). A study of Iranian nurses' and midwives' knowledge, attitudes, and implementation of evidence-based practice: the time for change has arrived. Worldviews on Evidence-Based Nursing, S. 11(5), s. 325-331.
- Koehn, M.L., Lehman, K. (2008). Nurses' perceptions of evidence-based nursing practice. J Adv Nurs, S.62(2), s. 209-215 doi: 10.1111/j.1365-2648.2007.04589.x

- Koota, E. (2020). The development of an evidence-based practice educational intervention and its effectiveness on emergency nurses' attitudes, knowledge, skills, self-efficacy and behavior. *Acta Univ. Oul. D*, S. 1582 (Erişim tarihi:04.02.2021): <http://urn.fi/urn:isbn:9789526227177>
- Kuuppelomäki, M., Tuomi, J. (2003). Finnish nurses' views on their research activities. *J Clin Nurs*, S.12(4), s. 589-600 doi: 10.1016/j.ijnurstu.2004.06.001
- Küçükoğlu, S., Bükecik, T., Aytekin, A., Çeleb, A. (2017). Acil birimlerde çalışan hemşirelerin adli vakayla ilgili yaklaşımları ve kanıta dayalı uygulamaları. *Türkiye Klinikleri Adli Tıp ve Adli Bilimler Dergisi*, S. 14(1), s.1-8.
- Levin, R.F., Keefer, J.M., Marren, J., Vetter, M., Lauder, B., Sobolewski, S. (2010). Evidence-Based Practice Improvement Merging 2 Paradigms. *J Nurs Care Qual.*, S.25(2), s. 117-126.
- McGinty, J., Anderson G. (2008). Predictors of physician compliance with American Heart Association guidelines for acute myocardial infarction. *Crit. Care Nurs. Q.*, S. 31(2), s. 161-172.
- Melnyk, B.M., Fineout, E., Stillwell, S.B., Williamson, K.M. (2010). Evidence-based practice: Step by step: The seven steps of evidence-based practice. *Am J Nurs*, S. 110, s. 51-53.
- Melnyk, B.M., Fineout-Overholt, E. (2011). *Evidence-based Practice in Nursing and Healthcare: A Guide to Best Practice*, 2nd ed. Philadelphia:Lippincott Williams & Wilkins.
- Özdemir, L., Akdemir, N. (2009). Turkish nurses' utilization of research evidence in clinical practice and influencing factors. *International Nursing Review*, S.56, s. 319-325.
- Parker, J. (2002). Evidence-based nursing: a defence. *Nurs. Inq*, S. 9(3), s. 139-140.
- Ruzafa-Martínez, M., López-Iborra, L., Madrigal-Torres, M. (2011). Attitude towards evidence-based nursing questionnaire: Development and psychometric testing in Spanish community nurses. *J Eval Clin Pract*, S. 17(4), s. 664-70 doi: 10.1111/j.1365-2753.2011.01677.x.
- Stevens, K.R. (2013). The impact of evidence-based practice in nursing and the next big ideas. *Online J. Issues Nurs.*, S.18(2), s.4
- Stokke, K., Olsen, N.R., Espehaug, B., Nortvedt, M.W. (2014). Evidence based practice beliefs and implementation among nurses: a cross-sectional study. *BMC Nursing*, S.13(1), s.8.
- Thiel, L., Ghosh, Y. (2008). Determining registered nurses' readiness for evidencebase practice. *Worldviews Evid Based Nurs*, S.5(4), s.182-92 doi: 10.1111/j.1741-6787.2008.00137.x
- Yılmaz, D., Düzgün, F., Dikmen, Y. (2018). Hemşirelerin kanıta dayalı hemşireliğe yönelik tutumlarının incelenmesi. *Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, S. 10(4), s. 713-719 doi:10.31067/0.2018.91.

**İSTANBUL SÖZLEŞMESİNİN, KADINA YÖNELİK ŞİDDETİ ÖNLEMeye ETKİSİNİN  
SİYASİ PARTİ KADIN KOLLARI ÜYELERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ\*****Fatih ZERE\*\*****ÖZET**

Şiddet, bir insan hakları ihlali olarak kabul görmektedir. Kadın ve çocuklar ise şiddetten en fazla etkilenen kesimdir. Her ülke yönetimi adli önlemlerle beraber toplumsal farkındalığı geliştirici tedbirler alarak şiddetle mücadele etmeye çalışmaktadır. İstanbul Sözleşmesi de bu anlamda ülkeler arası yeknesaklığı sağlayan önemli bir belge olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapılan çalışmamızda da kadına yönelik şiddeti önlemek üzere imzalanan bu sözleşmenin kadına yönelik şiddeti önlemede ne kadar etkili olduğunu öğrenmek üzere, Zonguldak ili Karadeniz Ereğli ilçesinde yer alan siyasi partilerin kadın kolları üyelerine çeşitli sorular yöneltilmiştir. Çalışma bulguları, kadına uygulanan şiddet çeşitleri ile İstanbul Sözleşmesi'nin bu şiddeti engellemedeki etkilerini içermektedir. Bu doğrultuda katılımcılar başta eğitim ve ekonomik özgürlükler olmak üzere toplum yapısı ve örf-adetlerin etkisini dile getirmişlerdir. Ayrıca resmi kurumlarda görev yapan personelin tutumu ile kadınların sözleşmeye ve kadına şiddete bakış açılarını da değerlendirmişlerdir. Sonuç olarak başta kadınların eğitimi olmak üzere toplumsal bir farkındalık ve devletin kararlı tutumu ile kadına yönelik şiddetin önemli ölçüde azalabileceği söylenebilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Kadına şiddet, İstanbul Sözleşmesi, Siyasi parti, Kadın erkek eşitliği

**THE EVALUATION OF THE EFFECT OF THE ISTANBUL CONVENTION ON PREVENTING  
VIOLENCE AGAINST WOMEN IN TERMS OF THE MEMBERS OF THE POLITICAL PARTY  
WOMEN'S ARM****ABSTRACT**

Violence is recognized as a human rights violation. Women and children are the group most affected by violence. Every country administration tries to combat violence by taking measures to increase social awareness along with judicial measures. In this sense, Istanbul Convention appears as an important document that ensures the uniformity between countries. In our study, in order to learn how effective this agreement, which was signed to prevent violence against women, is in preventing violence against women, various questions were asked to the members of the women's branches of the political parties in the Black Sea Ereğli district of Zonguldak province, which took the first five places as a result of the elections held on 31 March 2019. The study findings include the types of violence against women and the effects of the Istanbul Convention on preventing this violence. Accordingly, the participants expressed the effects of social structure and customs, especially education and economic freedoms. In addition, they evaluated the attitude of personnel working in official institutions and the perspective of women towards the contract and violence against women. As a result, it can be said that violence against women can be significantly reduced with social awareness and the determined attitude of the state, especially with the education of women.

**Keywords:** Violence against women, Istanbul Convention, Political party, Equality of men and women

\* Bu çalışma Fatih ZERE tarafından hazırlanan "Kadına Yönelik Şiddet Tanımlaması ve İstanbul Sözleşmesinin, Kadına Yönelik Şiddeti Önlemeye Etkisinin Siyasi Parti Kadın Kolları Üyeleri Açısından Değerlendirilmesi" başlıklı yüksek lisans dönem projesinden üretilmiştir.

\*\* Türkiye Taşkömürü Kurumu, ORCID: 0000-0003-2939-7884, [fatihzere@hotmail.com](mailto:fatihzere@hotmail.com)

Araştırma makalesi.

Sayfa Sayısı: 623-651

Makale Geliş Tarihi: 08.01.2021

Makale Kabul Tarihi: 23.03.2021

Makale Yayın Tarihi: 05.05.2021

## 1. GİRİŞ

Dünyadaki tüm kadınlar ülke, din, etnik köken vb. ayrımı olmaksızın, toplumsal cinsiyete dayalı şiddete uğrama riski taşımaktadır. Kadına yönelik şiddet, kamusal veya özel alanda gerçekleşmesine bakılmaksızın, kadının tüm hak ve özgürlüklerini kısıtlayan bir insan hakkı ihlalidir. Kadına yönelik şiddet konusuyla ilgili çalışmalar dünyada 1970’li, ülkemizde ise 1980’li yıllarda başlamıştır. Şiddetin önüne geçebilmek için ülkemizde 1980’li yıllardan sonra çeşitli yasal tedbirler alınmaya başlanmıştır. 1990’lı yıllarda ise kurumsallaşma süreci başlamıştır. İlk yasal mevzuat adımı ise 1998 yılında çıkarılan 4320 sayılı Ailenin Korunmasına Dair Kanun’dur. 2000’li yıllarla birlikte de toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamak üzere yasal düzenlemelere hız verilmiştir.

Ülkemizde toplumsal yapı erkek egemen bir yapıya sahip olduğundan kadına yeterince söz hakkı verilmediği ve erkeğin evin reisi olarak görüldüğü bilinmektedir. Bu sebeple erkeğin sözü dinlenmediği zaman kadına ceza vermesi doğal karşılanmakta, şiddet meşrulaştırılmaktadır. Bu noktada karşımıza toplumsal cinsiyet kavramı çıkmaktadır. Bilindiği üzere cinsiyet kavramı, kadın veya erkeğin biyolojik yönüne işaret etmektedir. Toplumsal cinsiyet ise kadın ve erkeğin sosyal ve kültürel değerlerle oluşan farklılıklarına karşılık gelmektedir. Kadına yönelik şiddetin önlenmesi de toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması ile mümkün gözükmekte olup bu amaçla uluslararası alanda Kadına Yönelik Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi (CEDAW) ve İstanbul Sözleşmeleri kabul edilmiştir. Ulusal alanda ise bu sözleşmeler doğrultusunda çeşitli kanunlarda revizyonlar yapılmış, 6284 sayılı Ailenin Korunması ve Kadına Karşı Şiddetin Önlenmesine Dair Kanun kabul edilmiştir. Ulusal Eylem Planları yapılarak konuya duyarlılığın artırılması amacıyla ilgili bakanlıklar nezdinde çeşitli protokoller imzalanmıştır. Avrupa Konseyi çerçevesinde 2011 yılında İstanbul’da imzalanan “Kadınlara Yönelik Şiddet ve Aile İçi Şiddetin Önlenmesi ve Bunlarla Mücadeleye İlişkin Avrupa Konseyi Sözleşmesi” Türkiye’deki yasal düzenlemeler açısından önemli bir yere sahiptir. İstanbul Sözleşmesinin imzalanmasıyla birlikte, 4320 sayılı Kanun’da görülen bir eksiklik olan sadece evlilik içindeki şiddeti önlemeyi hedefleyen maddelerin düzeltilmesi için önemli bir adım atılmıştır. İstanbul Sözleşmesi’ ne paralel olarak 2012 tarihinde, 6284 sayılı Ailenin Korunması ve Kadına Karşı Şiddetin Önlenmesine Dair Kanun’un yürürlüğe girmesiyle birlikte şiddetin mağduru veya şiddet uygulayan aynı haneyi paylaşmasa da her türlü şiddet ev içi şiddet kapsamına alınmıştır.

Bu çalışmada da, şiddeti önlemeye yönelik yapılan çalışmalardan birisi olan İstanbul Sözleşmesi’nin, kadına yönelik şiddeti önlemeye etkilerinin belirlenmesi amacıyla, siyasi partilerin

kadın kolları üyeleri ile birebir görüşmeler yapılarak konu hakkındaki görüşleri öğrenilmek amaçlanmaktadır.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Şiddet, dünya genelindeki güncel konuların başında gelmektedir. Şiddetin en çok karşılaşılan biçimi olan kadına karşı şiddet ise insan hakkı ihlali olmasının yanı sıra kadının sosyal yaşama katılımını engelleyen bir sorundur. Kadınlar şiddet olaylarına, yaşamın her yerinde olduğu gibi aile içinde de maruz kalmaktadır. Ama bu şiddetin yaygınlık durumu aile mahremiyetinin bir parçası olarak görülüp, korku gibi sebeplerle gizlendiği için tam olarak bilinmemektedir. Bu durum mücadele noktasında da önemli bir engel oluşturmaktadır.

### 2.1. Aile İçi Şiddet Tanımlaması

Aile, iki farklı cinsiyetteki insanın bir araya geldiği en küçük toplumsal kurumdur. Aile, yetişkinler için mutluluğun yanı sıra gerilimlere karşı dayanışmanın sağlandığı sığınma yeri olmakla birlikte çocuklar içinde sosyal yaşama katılımına hazırlandığı yerler olarak kabul edilir.

Ailenin, toplumun temelini oluşturan kurumların başında olması, onun korunmasının da önemini ortaya koymaktadır. Aile içi şiddet; bireyin kendi eşine ve/veya çocuklarına, ana-babasına, kardeş veya diğer akrabalarına yönelik saldırgan davranışlarıdır. Bu duruma ailenin tüm üyeleri maruz kalabilmektedir. Yaygın olarak erkeğin karısına veya baba ve/veya annenin çocuklarına şiddeti en çok karşılaşılan çeşitleridir. Saldırganlık, küçük yaşlarda ailede öğrenilmekte, toplumsal ve kültürel yönden de onaylanması sonucunda özellikle erkeklerde daha çok görülen bir eyleme dönüşmektedir. Çocukta saldırganlık davranışının ailenin ve dış çevrenin etkisi sonucu oluştuğu ve dolayısıyla yaşamın ilk yıllarında özellikle anne-babayla olan ilişkilerin çocuğun daha sonraki davranışlarını ve kişiliğini büyük ölçüde etkilediği ortaya konmuştur (Aral ve diğerleri, 2004). Araştırmalar, erkek çocukların gerek ana-baba gerekse akranlarıyla olan ilişkilerinde daha saldırgan olmalarına göz yumulduğunu, kızların ise daha çok bağımlı, daha az saldırgan olmaları için baskının söz konusu olduğunu göstermektedir (Doğan, 2001).

Evlilikte yaşanan çatışmalar, aile içi sorunları çözmekte sorun yaşamak ve ailede erkeğin baskın rolünün olması gibi sebepler şiddetin yaşanmasında önemli nedenler arasındadır. Aile içinde gerçekleşen şiddetin türleri ise; Fiziksel Şiddet, Psikolojik (duygusal) Şiddet, Cinsel Şiddet ve Ekonomik Şiddet olarak sınıflandırılmaktadır.

Fiziksel şiddet, en fazla beden üzerine yapılan şiddet türüdür ve şiddeti uygulayanın da beden gücüne dayanır. Şiddet uygulayanlar karşısındakine korku ve acı yaşatarak sindirme amacı

güderken fiziksel şiddeti; tekme, tokat, yumruk kullanarak fiziksel güç ile gösterebilir ya da kesici delici ve/veya yaralayıcı aletlerle bireyin bedensel zarar görmesine sebep olabilmektedir.

Psikolojik (duygusal) şiddet; bireyin kıskançlık, engellenme, korkutma, tehdit edilme veya küçük görülmesi-düşürülmesi gibi durumları ifade etmektedir. Ayrıca, başkaları ile kıyaslanmak, kıyafet, insanlarla ilişkiler, ev dışı mekanlar, kişisel gelişim ile ilgili kısıtlamalar, ölüm tehditleri, farklılıkları tolere edememek gibi şekillerde kendini göstermektedir (Kadın Dayanışma Vakfı, 2008: 29-30).

Ekonomik şiddet; aile içi şiddetin temel türlerinden biri olmasına rağmen çok fazla konuşulmamaktadır. Ekonomik şiddet, birine bağımlı olmaya sebep olduğu için diğer şiddet türlerine de maruz kalınmasına zemin hazırlamaktadır. Bunların içinde, bireyin üretimlerine el konması, ücretsiz çalıştırılması, kazancına el konması, çalışmasına izin verilmemesi veya zorla çalıştırılması, başlık parası alınarak birine satılması, evlenirken takılanlara el konulması gibi sebeplerle mağdur edilmesi bulunmaktadır.

Kadının istemediği bir zamanda veya şekilde ilişkiye zorlanması, cinsel içerikli konuşmalar yapılması, ensest ilişki, fuşşa zorlanması, el ve/veya bir cisimle yapılan fanteziler, cinsel hayatlarında eşine küçük düşürücü davranışlar yapmak vb. davranışlar ise cinsel şiddet türleridir. Cinsel şiddetin eşler arasında meydana geldiği durumlara ise ev içi tecavüz adı verilmektedir. Yakın zamanda sık karşılaşılan sarkıntılık, fiziksel temas, ısrarlı takip, cinsel şakalar yapılması, internet üzerinden yapılan sohbetler de cinsel şiddet içerisinde değerlendirilmektedir.

## 2.2. Dünyada ve Türkiye’de Kadına Yönelik Şiddet

Dünyanın neresinde olursa olsun farklı ırk, dil, din, sınıf ve etnik grup farkı gözetmeksizin kadınların yaşadığı ortak sorun olan kadına yönelik şiddet, özellikle 1960’lı yıllardan sonra genişleyen kadın hareketleri sayesinde bir hak ihlali sayılmış ve toplumsal problem olarak görülmeye başlanmıştır.

İnsanlık tarihi kadar eski olan şiddet olgusu, arkeologlar tarafından yapılan bir araştırma sonucunda kadınların fiziksel şiddete uğramalarının kökeninin 3000 yıl öncesine dayandığını erkek mumyaların kemiklerinde %9-20 kırığa rastlanırken kadınlarda bu oranın %30-50'lere çıktığını göstermektedir. Eski Roma yazıtlarında, erkeklerin izinsiz oyunlara katılan veya zina yapan eşlerini cezalandırmak, boşamak hatta öldürme haklarının bulunduğu, Ortaçağ’da erkeğin kadına karşı zor kullanmasında bir sınır olmadığı ortaya çıkarılmıştır. (Tekin, 2011: 24).

Amerika Birleşik Devletleri'nde 1884 yılına kadar erkeğin eşini dövmesinin yasal olduğu, 18. ve 19. yüzyılda İngiltere'de erkeğin aile içinde bütün haklara sahip olduğunu eşini kontrol edebilmek için baskı ve şiddete başvurabileceğini hatta işaret parmağından kalın olmayan bir sopa ile dövmebileceğinin yasal olduğunu yapılan araştırmalar sonucu ortaya konulmuştur (Dişsiz ve Şahin, 2008: 52).

1970'lerden önce bir sorun olarak ele alınmamış olan kadına yönelik şiddet kadının insan hakları çerçevesinde gündeme gelmiştir. Birleşmiş Milletler, 1975-1985 yılları arasında "Kadın On Yılı" ilan etmiştir. 1975 yılında Meksika'da yapılan Dünya Kadın Konferansı'nda kabul edilen Eylem Planı'nda şiddet konusu özel olarak ele alınmamış ancak aile ve aile bireylerinin eşitliği ve güvenliği konularına değinilmiş, bu konuda eğitim programlarının yapılması tavsiye edilmiştir. 1980 yılında Kopenhag'da yapılan İkinci Dünya Konferansı'nda kadınların ve çocukların şiddetten korunması için programların geliştirilmesi gerektiği üzerinde durulmuştur (KSGM, 2009: 11).

Dünyadaki toplumları etkileyen böyle bir sorunun çözülmesi için kadına yönelik şiddet tanımlanmasının ilk adım olacağı düşünülerek Birleşmiş Milletler başta olmak üzere uluslararası pek çok kuruluş özellikle 1990'lardan sonra kadına yönelik şiddetin tanımı üzerinde çalışmış ve 1993 yılında Birleşmiş Milletler tarafından kadınlara yönelik şiddeti tanımlayan bir bildiri yayınlamıştır. Bu bildiri de kadına şiddet, ailede ve yakın çevrede gelişen fiziksel, cinsel ve psikolojik şiddet de kapsayan, fakat bununla kısıtlanmayan bir durum olarak tanımlanmaktadır.

İstatistiklere bakıldığında, Uluslararası Af Örgütü'nün raporuna göre dünyada; kadınların yaklaşık 1/3'ü değişik boyutlarda şiddete maruz kalmakta, her 3 kadından en az biri dövülmekte, cinsel ilişkiye zorlanmakta ya da farklı bir biçimde tacize uğramaktadır. Ayrıca, diğer yandan, 1999'da ABD'de aile içi şiddete maruz kalanların %85'ini kadınlar oluşturmaktadır. Dünya Sağlık Teşkilatı kadın cinayet kurbanlarının neredeyse %70'nin erkek partnerleri tarafından öldürüldüğünü rapor etmiştir (Gürsoy, 2008: 148).

Dünya Sağlık Örgütü'nün(WHO) 2002 yılı raporuna göre; kadınların yaklaşık %47'sinin ilk cinsel ilişkilerinin zorla olduğunu, kadın cinayet kurbanlarının yaklaşık %70'inin erkek partnerleri tarafından öldürüldüğünü ortaya koymaktadır. Dünya Sağlık Örgütü'nün 2005 yılındaki "Çok Ülkeli Kadın Sağlığı ve Aile İçinde Kadına Yönelik Şiddet" raporuna göre; kadınlar arasında hayat boyu fiziksel şiddet görme sıklığı %6-59 arasında saptanmıştır (Dişsiz ve Şahin, 2008: 53).

Hacettepe Üniversitesi Nüfus Etütleri Enstitüsü'nün yaptığı bir çalışmanın sonucuna göre (WEB: 1), fiziksel şiddete maruz kaldığını ifade eden evlenmiş kadınların oranı %36'dır. Bu her on



... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

kadından dördünün eşleri tarafından fiziksel şiddete maruz kaldığını göstermektedir. Ayrıca, evlenmiş kadınların %12'si ise yaşamın herhangi bir döneminde, cinsel şiddete maruz kaldığını, %27'si ise hem fiziksel hem de cinsel şiddete maruz kaldıklarını belirtmiştir. Ekonomik şiddet/istismar davranışlarından en az birine yaşamın herhangi bir döneminde maruz kalan kadınların oranı %30, yaşamlarının herhangi bir döneminde duygusal şiddet/istismara maruz kalanların oranı ise %44 iken ekonomik şiddet/istismara uğrayanların oranı %30 olarak belirtilmiştir.

Tüm dünya nüfusunu temel alan 48 çalışmanın verilerine göre Dünya Sağlık Örgütü, kadınların eşleri ya da partnerleri tarafından şiddete uğrama oranının %10-69 arasında olduğunu bildirmiştir (Arslantaş, 2013: 40-41). Morçatı'ya başvuran kadınlara ait istatistiklere göre ise kadınların %12,7'sinin tek bir şiddet türüne maruz kaldıklarını ifade ederken, diğerleri ise birden fazla şiddet türüne bir arada maruz kaldıklarını ve %7,8'i yalnızca fiziksel şiddete, %3,5'i de duygusal şiddete maruz kaldıklarını belirtmişlerdir (Pala, 2013: 27).

Türkiye'de yapılan bir çalışmadan elde edilen sonuca göre, hayatlarının herhangi bir döneminde eşi tarafından fiziksel şiddete maruz kalanların oranı %39 olarak saptanmıştır (İbiloğlu, 2012: 207).

Ülkemizde yapılan çalışmalar dünyadaki çalışmalardan pek farklı sonuçlar vermemektedir. Sayısı oldukça kısıtlı olmasına rağmen 1990'lı yılların ortalarından bu yana yapılan ve çoğunluğu 2000'li yıllarda yapılmış olan çalışmalar kadınların %60-80'inin fiziksel şiddete, yaklaşık %15'inin cinsel şiddete maruz kaldığını göstermektedir. Bu çalışmaların bazılarında ilk bakışta ilginç gelebilecek bir veri de kadınların yaklaşık beşte birinin gördükleri şiddeti hak ettiklerini düşünmeleridir (Kaptanoğlu, 2013: 80).

İstanbul, Ankara, İzmir gibi üç büyük şehirde 1993 yılında alt, orta ve üst sosyo-ekonomik düzeyden evli 1070 kadınla yapılan bir araştırma sonucuna göre her üç tabakada da kadına yönelik şiddet konusunda; Şiddete maruz kalan kadınların ilk anda akıllarına gelen şeyin %35 oranında "kaçıp kurtulmak", Şiddete uğrayan kadınların %83'ü ise şiddet sonrası evde kalmayı tercih etmekte (bireysel, kültürel, ekonomik, çevresel ve ailevi nedenlere bağlı olarak), %78,1'inin durumu kabullendiği ve sabrettiği, %77,5'inin eşlerinin şiddet uyguladıktan sonra değişeceklerine söz verdiği, kocasına karşı koymayı düşünenlerin oranı ise %16,3, bu sorunu kimseye açmayanların oranı %48,0, %86'sının kocalarının kendilerini affettirmeye çalıştıklarını ortaya çıkarmıştır (Öztunalı Kayır, 1998: 22).

Görüleceği üzere kadına yönelik şiddet ile karşılaşılmayan bir ülke yok gibidir. Durum böyle olunca kadınların haklarının korunması ve kadınlara yönelik şiddetle mücadele amacıyla Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği, Avrupa Konseyi, İslam Konferansı Örgütü gibi uluslararası kuruluşlar tarafından çeşitli çalışmalar yapılmaktadır. Bu kuruluşların, kadına yönelik şiddet hakkında yaptıkları çalışmalardan bazıları Dünya Kadın Konferansları; Kadına Yönelik Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi (CEDAW), İstanbul Sözleşmesi ve uygulamada yapılan bazı düzenlemeler olarak dikkat çekmektedir.

### 2.3. İstanbul Sözleşmesinin Değerlendirilmesi: İtirazlar-Yorumlar

Kadına yönelik şiddetle mücadele için uluslararası alanda birçok çalışma yapılmaktadır. Bunlara ek olarak Avrupa Konseyi de 1990'dan itibaren konuyla ilgili çalışmalarını sürdürmektedir. Konseyin yaptığı çalışmalar sonucunda oluşturulan Komite, Aralık 2008'de "CAHVIO" adında uzman grubunu oluşturmuştur. Bu grup ise Aralık 2010'da kadına yönelik şiddetle ilgili bir taslak hazırlamıştır. İstanbul Sözleşmesi olarak da bilinen bu taslak metin 11.05.2011 tarihinde İstanbul'da imzaya açılmış ve 18 Avrupa Konseyi üyesi ülke tarafından imzalanmıştır. Türkiye, Sözleşmeyi 14.03.2012'de maddelerine çekince koymadan onaylayan ilk Konsey üyesi ülke olmuştur.

İstanbul Sözleşmesi olarak adlandırılan "Kadınlara Yönelik Şiddet ve Aile İçi Şiddetin Önlenmesi ve Bunlarla Mücadeleye İlişkin Avrupa Konseyi Sözleşmesi", kadına yönelik şiddetle mücadelede uluslararası alanda imzalanmış önemli bir sözleşmedir. Bu sözleşme, Avrupa ülkeleri dahil kadına yönelik şiddet konusunda hukuki bağlayıcılığa sahip ilk uluslararası sözleşmedir. Türkiye, taraf devletler arasında sözleşmeyi ilk olarak imzalayıp TBMM'de onaylayarak kadına yönelik şiddetle mücadele konusunda kararlı bir tutum ortaya koymaktadır.

İstanbul Sözleşmesi ile Avrupa'da ilk defa kadına yönelik şiddeti ve aile içi şiddeti önlemek, şiddet mağdurlarını korumak ve şiddetin faillerini cezalandırmak için yasal bağlayıcılığı olan standartlar belirlenmektedir. İstanbul Sözleşmesi, beş ana ilkeye dayanmaktadır. Bunlar; Kadına şiddetin önlenmesi, kadınlar ile erkekler arasında eşitliğin sağlanması, şiddet mağdurlarının korunması, suçluların cezalandırılması, kadına karşı şiddet ile mücadelenin bütüncül politikalarla desteklenmesi ve bu yönde uluslararası bir işbirliğinin yaygınlaştırılmasıdır. Ayrıca İstanbul Sözleşmesinin sadece kadınlara değil, tüm aile içi şiddet mağdurlarına uygulanmasını da taraf devletlerin teşvik etmesi sağlanmaktadır. Sözleşmenin gerçek amacı, kadına ve genelinde ise ailenin içinde yaşanan şiddetin olmadığı bir toplumdur. Ayrıca Sözleşmede, şiddetle mücadele edilmesi

için konuyla ilgili tüm kurum ve kuruluşların işbirliği yapması ve sürece sivil toplum kuruluşlarının da dahil edilmesi gibi hükümlere yer verilmektedir.

Ülkemizde sağlıklı bir toplumun oluşması için acil çözülmesi gereken kadına yönelik şiddete ilişkin “Herkesine Sağlık Türkiye Hedefleri“ ne göre 2020 yılında aile içi şiddet, cinsiyetle ilgili ve organize şiddete bağlı yaralanma, sakatlanma ve ölümlerin en az %25 oranında azaltılması hedeflenmiştir (Şahin, 2012: 42).

Sözleşme her ne kadar şiddeti önleme amacı taşımaktaysa da her konuda olduğu gibi çeşitli tartışmaların da hedefi haline gelmektedir. Sözleşmenin özellikle tartışmalı maddeleri hakkında genel bir değerlendirme yapılacak olursa şunları söylemek mümkündür: Sözleşme'nin 3-a ve 3-b maddelerinde “kadına karşı şiddet” ve “aile içi şiddet” kavramları tanımlanmaktadır. Ayrıca şiddet tanımı yalnızca fiziksel değil, psikolojik, ekonomik, sosyal ve cinsel şiddet gibi diğer şiddet türlerini de içermektedir. Sözleşmesinin 3-a. maddesindeki tanıma göre, kadının şiddet eyleminde mağdur olması için medeni hali, sosyal ve kültürel düzeyi, mesleği veya ekonomik durumu önemli değildir. Sözleşmenin 3-b maddesinde ise aile içi şiddet tanımı yapılmaktadır. Bu maddede ulusal veya uluslararası hükümlerden farklı olarak, mağdur ve failin aynı evde ikamet etme zorunluluğu bulunmamakta olup, Sözleşmenin yalnızca kadınları değil, erkek ve çocuk mağdurları da koruyacağı, ancak mevcut olaylar daha çok kadınları etkilediği için tanımlarda kadın vurgusu yapıldığı belirtilmektedir.

Bir görüşe göre, “Bu tanımlama, İstanbul Sözleşmesi'nin tamamen kadın cinsiyetinin erkek cinsiyetine karşı korunması ve kadının sosyal hayatta erkekten bağımsızlaştırılması felsefesi üzerine inşa edildiğini göstermektedir. Oysa evrensel insan hakları metinlerinin tamamı, kadın-erkek, çocuk-yaşlı her kişinin bir insan olarak sahip olduğu insan haklarının aynı şekilde korunması ve cinsiyetin ve kişinin sosyal/medeni hâlinin insan haklarının korunmasında ayırt edici bir unsur olmadığı felsefesi üzerine kurulmuştur (WEB: 2).

Sözleşmede yer alan bir diğer tanım ise toplumsal cinsiyettir. Sözleşme, “toplumsal cinsiyeti” tanımlayan ilk uluslararası belge olma özelliği de taşımaktadır. Bu maddede, toplumun kadın ve erkekler için belirlediği davranış kalıplarının içeriğine yer vererek kişinin birey olarak özerkliğinin korunamamış olmasının yanında; Sözleşmede açıklandığı gibi sosyal davranış kalıplarının ve toplumun biçtiği rollerin toplumsal cinsiyet algısı üzerindeki etkisinin büyük olmasından bahsedilmekte olup “belli bir toplumun kadınlar ve erkekler için uygun gördüğü sosyal

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

olarak inşa edilen roller, davranışlar, etkinlikler ve yaklaşımlar anlamına gelir.” şeklinde tanımlanmıştır.

"Toplumsal Cinsiyet" eşcinsellik ya da cinsiyetsizleştirme değildir. Toplumsal cinsiyet kavramı; kadın ve erkeğe kültürlerin, toplumların yüklediği rol ve görevleri ifade etmek için kullanılır (WEB: 3).

Sözleşmenin 3-f maddesinde ise 18 yaşından küçük kızlarında kadın tanımı içinde kapsanacağı belirtilmiştir.

Buna karşı “Velayetindeki çocuklarına kendi değer yargıları doğrultusunda belirli bazı davranış kalıplarını tavsiye eden bir babanın uygulamaları baz alınarak “özgürlüğün rastgele bir biçimde kısıtlanması” kapsamında değerlendirilebilir.” şeklinde itirazlar bulunmaktadır (WEB: 2).

Kızlarında kadın tanımı içinde yer alması hakkında bu şekilde bir itiraz yapılsa da birçok ülkede kız çocuklarının öldürüldüğü, küçük yaşta kadın ticaretinin yapıldığı ve özellikle savaş sırasında kadınlara yapılan tecavüzlerin yaş sınırının olmadığı düşünüldüğünde de kadın tanımının 18 yaşından küçükler için yapılması kaçınılmaz olduğu bilinmektedir.

Sözleşme'nin 4. Maddesinde ise, hiç kimsenin ayrıma uğramayacağı belirtilmekle beraber taraf devletlerin, başta kadınlar olmak üzere herkesin, gerek kamu ve gerekse özel alanda şiddete maruz kalmaksızın yaşama hakkını korumak için gerekli yasal tedbirleri almaları gerektiği vurgulanmaktadır. Dolayısıyla, Sözleşme sadece ev içindeki değil; çeşitli kurumlarda veya kamusal alanda oluşabilecek şiddeti de önlemeyi amaçlamaktadır. Aile olmayı veya ev içi şiddeti, sadece aynı evi paylaşanlar arasında değil, aynı evde yaşasın veya yaşamasın mevcut ya da eski eş ya da partnerler arasında ki her türlü şiddet şeklinde tanımlanmaktadır. Bu maddenin 3. fıkrasında ise şiddet mağdurlarına eşit koruma sağlanması öngörülmekte ve mağdurlar arasında her türlü ayrımcılığın yasaklanması gerektiği vurgulanmaktadır. Ancak bu açıklamalar bazı kesimlerde özellikle LGBTİ bireylere özgürlük şeklinde algılanmakta, “İstanbul Sözleşmesi'nin Temel Haklar, Eşitlikler ve Ayrımların Götzetme bendinde, cinsel yönelim ve cinsel kimliğe yönelik ayırım yapılmaması adına bu olgular legallik elde ediyor. Lezbiyen, Gay, Biseksüel, Trans ve İnterseks (LGBTİ) örgütleri sözleşmenin bu kısmına dayanarak azgınlıklarına ve sapkınlıklarına meşru zemin oluşturuyor.” şeklinde itirazlar yapılmaktadır (WEB: 4).

Ancak “Sözleşme, üçüncü bir tür oluşturmaya ya da LGBT eğilimlerini hukuk normu olarak belirlemeye veya teşvik etmeye yönelik herhangi bir hüküm taşımamaktadır.” (WEB: 3).

Bir diğer tartışmalı madde ise sözleşmenin 12. ve 42. maddelerinde bahsi geçen “namus” kavramıdır. Sözleşmenin 12. maddesinin 5. paragrafında, tarafların töre, din veya sözde namus gibi kavramları gerekçe göstererek uygulanan hiç bir şiddet eylemine müsaade etmemesi gerektiği

belirtilmektedir. Madde 42/1’de ise, tarafların, sözleşme kapsamında ki bir şiddet eyleminin gerçekleşmesinden sonra başlatılan cezai işlemlerde sözde namus’un bu eylemlerin gerekçesi olarak görülmemesi için alınacak tedbirlerin gerekliliği belirtilmektedir. Bu şekilde, kadınlara yönelik şiddet de töre, din veya sözde “namus” gibi sebeplerin, şiddete gerekçe olarak kullanılmasının önlenmesi beklenmektedir. Tartışmalardan bazıları bu başlık üzerine yoğunlaşarak namus ve din gibi kutsal değerlerimizin yok sayıldığı, ailenin temelini oluşturan kavramların içinin boşaltıldığı görüşüne yer verilmektedir. Halbuki Sözleşmeden önce de, Türk Ceza Kanunu’nun kasten öldürmenin nitelikli hallerinin belirtildiği 82. Maddesinin 1(k) bendinde “töre saikinden” bahsedilmiştir. Ancak korunan yararları bakımından hiçbir farklılığı olmamasına rağmen uygulanmada, töre saiki ile işlenen cinayetlerde ağırlaştırılmış müebbet cezası verilirken namus gerekçesiyle işlenen cinayetlerde haksız tahrik indirimi uygulanarak daha az cezalar verilmektedir. Bu da işlenen cinayet gerekçelerini masumlaştırılan bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

Eleştirilerden bir diğeri ‘‘Dinin ataerkil bir yapıda olduğunu savunan bu anlayışa göre, inanç sistemleri kadınları ikinci plana atıyor. Gerçeği yansıtmayan bu düşüncelere ek olarak, geleneksel değerler, örf ve kültür de yanlış eleştirilerle hedef alınıyor. Burada en ön plana çıkan şey ‘namus’ kutsalının nasıl etkisiz hale getirilmeye çalışıldığı gözler önüne seriliyor.’’ (WEB: 4) şeklindedir.

‘‘AKP’li milletvekili Canan Kalsın, bu bakış açısını, ‘‘Dinimizde kadın kutsaldır. En iyisi en hayırlısı eşine en iyi davranandır. Sözleşmede zaten buna karşı bir madde yok.’’ sözleriyle eleştiriyor.’’ (Ünker, 2020)

Sözleşmenin tartışmalı bir diğeri maddesi olan 48. Maddede ise arabuluculuk konusundan bahsedilmekte olup 48/1 de ‘‘tarafların, bu sözleşme kapsamındaki şiddet olaylarıyla ilgili olarak, arabuluculuk ve uzlaştırma gibi alternatif süreçleri yasaklaması istenmektedir’’ şeklindedir. Kadına karşı şiddetin, arabuluculuğa uygun olup olmadığı da hem hukuki hem de sosyolojik olarak incelenmesi gereken bir durumdur. Arabuluculuğun genel esasları değerlendirildiğinde tarafların aralarında yaşadıkları uyuşmazlıklarını dava yolu yerine kendileri müzakere ederek çözmelerini sağlamak ve bu şekilde mahkemelerin iş yükünü azaltmaktır. Ancak Hukuk Uyuşmazlıklarında Arabuluculuk Kanunu Madde 1/2’de aile içi şiddet uyuşmazlıklarının arabuluculuğa elverişli olmadığı hüküm altına alınmıştır. Yani kadının aile içi şiddete maruz kaldığı durumlarda arabulucuya başvurulmayacaktır. Dolayısıyla, aile içi şiddet durumunda arabulucuya başvurunun İstanbul Sözleşmesine göre yasaklanmadığı sonucuna da varılmaktadır. Aile içi şiddet uyuşmazlıklarının arabuluculuğa uygun olmadığına dair hüküm, Kanunun çıkartılırken taslak metinde olmayan ve sonradan eklenen hükme ilişkin Adalet Komisyonu Raporunda arabuluculuk sırasında yapılan müzakerelerin tarafların eşitliği ilkesine dayandığı, arabuluculuğun tarafların kendilerini güvende

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

hissedebilecekleri bir ortamda gerçekleştirilmesi gerektiği, oysa aile içi şiddet olaylarının varlığı halinde taraflardan birinin diğerini tehdit etmesi veya benzeri sebeplerin varlığı halinde tarafların kendilerini güvende hissedemeyecekleri ve eşitlik ilkesinin gerçekleşemeyeceği, bu itibarla söz konusu uyuşmazlıkların arabuluculuğa uygun olmadığı ifade edilmiştir (Taşpolat Tuğsavul, 2012: 113). Bu tür uyuşmazlıkların arabuluculuğa uygun olmamasına gerekçe olarak ise taraflardan birinin diğerini baskı altında tutma ihtimali ve yaşanabilecek çeşitli zorluklar sebep gösterilmiştir.

İtirazlardan bir diğeri ‘‘sözleşmede aileyi koruyabilecek tedbirlere kesinlikle yer verilmiyor. Toptancı bir yaklaşımla arabuluculuğun faydalı olabileceği durumlar bile İstanbul Sözleşmesi tarafından dışlanıyor.’’ şeklindedir (WEB: 4).

Ancak ‘‘Eşitsiz bir güç dengesinin söz konusu olduğu aile içi şiddet konusu kanunen arabuluculuğa elverişli kabul edilmemiştir. Bunun yerine her ailenin kolaylıkla ulaşılabilir yardım alacağı aile terapistleri ve psikologlar bu süreçte çok olumlu sonuçlara imza atmaktadırlar.’’ (WEB: 3).

Son olarak Sözleşmenin 52. maddesinde ise uzaklaştırma emrinden bahsedilmektedir. Bu madde uyarınca yetkili makamlardan aile içi şiddet failini, mağdurun yanından yeterli bir süre uzaklaştırması istenmektedir.

Ancak müşterek konuttan uzaklaştırma önleyici tedbir kararı konusunda erkeklere gidecekleri bir yer sunmamanın yarattığı sorunlar ile kadınların ekonomik durumlarının yeterli olmaması nedeniyle konuttan uzaklaştırılan eşlerini evlerine almak durumunda kalmalarından söz edilmiştir. Erkekler bir yandan Kanunların şiddetle mücadele için yeterli olmadığını, yasal önlemlerin kağıt üzerinde kaldığını ifade ederken, diğer yandan Kanun’un sadece kadınlara hak verdiğini, eşini öldürmüş olsa bile erkekleri öldürmeye iten sebepler ile ilgilenilmediğini gündeme getirmişlerdir. Özellikle eşlerine uyguladıkları şiddet sonucu ceza almış erkekler, 6284 sayılı Kanun ile kadınların desteklendiğini belirtmiş ve bu nedenle erkeklerin mağdur olduğunu düşündüklerine sıkça değinmişlerdir (WEB: 1). Buna ‘‘Bu sözleşmede 6 ay uzaklaştırma maddesi bulunmaktadır. Yani bu cezayı alan adam bir daha eve döner mi? İnsanları akrabalarına karşı, komşularına karşı rencide ediyorsunuz. 6284 sayılı yasa bizzat şiddeti artırmıştır’’ şeklinde basına yansıyan açıklama örnek verilebilir (WEB: 2).

Bilinmektedir ki şiddet davalarında uzaklaştırılma kararı sadece şiddeti uygulayan için verilmektedir. Mağdurun beyanıyla hapis kararı verilmesi ise söz konusu değildir. İstanbul Sözleşmesi ile kadının beyanı esas alınması sadece şiddeti önlemek için yaklaşımına gibi tedbir kararlarının verilmesinde geçerlidir. Buna rağmen uygulamada aksamalar meydana gelmektedir.

Evden uzaklaştırma tedbirini “ağır” bir yaptırım olarak gören hakimler, bu konuda Şiddetin varlığına ilişkin herhangi bir delil görmeden evden uzaklaştırma tedbiri vermekten kaçınabilmektedir (WEB: 5).

Sözleşmede, sadece kadına yönelik Şiddetle mücadele edilmemekte olup kadın erkek eşitliği de hayata geçirilmeye ve tüm kadınlar Şiddetten korunmaya çalışılmaktadır. Ayrıca Sözleşme taraf devletlere, kadına yönelik Şiddeti önlemek ve bununla mücadele etmek için çeşitli politikaların benimsenmesi ve uygulaması gibi sorumluluklarda yüklemektedir. İstanbul Sözleşmesi İzleme Platformu üyesi örgütler, kadına yönelik Şiddetle mücadelede sözleşmenin taraf devletler tarafından uygulanması gereken yükümlülükleri hakkındaki eksiklerini özetleyerek çeşitli öneriler sundukları bir gölge rapor hazırlamış ve Mart 2018’de GREVIO ile paylaşmışlardır. Bu raporda, Sözleşme’nin tam olarak uygulanmadığı, ayrıca kadına yönelik Şiddeti önleme konusundaki siyasi eksikliğine vurgu yapılmaktadır. Ayrıca İzlem Platformu, 6284 sayılı kanunun uygulanmasındaki sorunların giderilmesi için de çağrıda bulunmaktadır.

Türkiye Sözleşmeyi ilk imzalayan ve ilk onaylayan ülke olma konusunda gösterdiği kararlılığı Sözleşmeyi uygulama konusunda da göstermelidir. Sözleşme’nin kapsam ve amaçlarını içselleştirecek politikalar hazırlamalı ve bunları siyasi irade ile hayata geçirmelidir (WEB: 5).

### 3. MATERYAL VE YÖNTEM

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemi ile yapılmış olup, mülakat tekniğinden yararlanılmıştır.

#### 3.1. Araştırma Evreni ve Örneklem

Söz konusu araştırmanın evrenini 31 Mart 2019 tarihinde yapılan Mahalli İdareler Genel Seçimlerinde İl Genel Meclisi Üyeliği seçim sonuçlarına göre Zonguldak ili Karadeniz Ereğli ilçesinde geçerli oylarının %99’unun oyunu alarak ilk beş sırayı elde eden siyasi partilerden AKP, CHP, MHP, BBP ve İYİ parti oluştururken, araştırmanın örneklemini ise Zonguldak ili Karadeniz Ereğli ilçesindeki bu beş siyasi partiden sadece katılım sağlamayı kabul eden 3 siyasi parti olan CHP, BBP ve İYİ partinin kendi içinde belirlemiş olduğu kadın kolları üyelerinden birer kadın olmak üzere 3 katılımcıdan oluşmaktadır.

#### 3.2. Veri Analizi

Verileri analiz etmek için tematik analiz tekniği kullanılmıştır. Mahremiyeti sağlamak ve verilerde düzen oluşturabilmek adına görüşmecilere K1, K2, K3 (K1 CHP, K2 BBP, K3 İYİ Parti) şeklinde katılımcı numarası verilmiştir. Yapılan analiz sonuçlarından yola çıkılarak geliştirilen bağlamlar, ana temalar ve alt temalar “Bulgular” bölümünde detaylı olarak ele alınmıştır.

## 4. BULGULAR

Bulgular kısmında öncelikle katılımcılara ait demografik veriler ardından da çalışmanın amaçları ve tematik analiz sonucu elde edilen veriler doğrultusunda oluşturulan bağlam, ana tema ve alt temalar bulunmaktadır.

### 4.1. Demografik Veriler

Söz konusu çalışmanın katılımcıları, K1 CHP'den, K2 BBP'den ve K3 İYİ Partiden oluşmaktadır. Çalışmaya katılan üç siyasi parti olan CHP, BBP ve İYİ Partinin katılımcılarının demografik verileri incelendiğinde hepsinin Zonguldak ili Ereğli ilçesinde ikamet etmekte olduğu görülmektedir. Katılımcılardan, K1 ve K2 lisans, K3 ise lise mezunu iken, K1 ve K3'ün evli, K2'nin bekâr olduğu görülmektedir. Ayrıca ikisinin milliyetçi muhafazakâr diye tanımlanan partilere, birinin ise sol diye tanımlanan bir partiye mensup olduğu görülmektedir.

### 4.2. Şiddet Tanımlaması

Şiddetin tanımını tespit amacıyla kadına yönelik şiddet tanımları ve çeşitleri konusunda sorular sorulmuş ve verilen cevaplarla önce bağlam ardından ana tema ve alt temalar belirlenmiştir. Katılımcıların şiddet türleri algılamasına dair görüşleri üzerine ortaya çıkan bağlam, tema ve alt temalar Tablo 1'de verilmiştir.

**Tablo 1. Şiddet Türleri Algılamasına Dair Bağlam Ve Temalar**

Bağlam	Ana Tema	Alt Tema
Şiddet türleri	Fiziksel	Tekme- Tokat- Yumruk
		Cisim yardımıyla
	Psikolojik	Aşağılamak
		Baskı
		Kısıtlamalar
		Yalan
		Zorla çalıştırma
	Ekonomik	Çalışmasına izin vermeme
		Maaşına el konulması
	Cinsel	Taciz
		Zorla yapılan evlilikler
	Dijital	

### Bağlam-Şiddet türleri

“...Kadına yönelik şiddet, cinsiyeti nedeniyle ev içinde ve dışında kadına uygulanan sistematik şiddet davranışlarıdır. Fiziksel, cinsel, psikolojik, ekonomik, dijital şiddet biçimlerinin tümü bu amaca yöneliktir.” K3

### Ana Tema – Fiziksel şiddet

“...Kolunu bacağını kırmadı ki benim oğlum diyen birini gördüm. Hep kapıya çarptığını söyleyen kadınlarla karşılaştım” K1



... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

“...Şiddet görüntüsüyle büyüyen çocuklarda büyüdüklerinde şiddete yönelir. Bu yüzden bizim neslimiz bitmesin istiyorum. İnsanlar derdini anlatarak halledebilmeli.” K3

#### **Alt Tema – Tekme - tokat- yumruk**

“...Elini şakadan bile yukarıda görsem benim için bu şiddettir. Doğuda bizim memlekette bazen erkekler şakadan elini kaldırır ve vurur. Kadınsa kocam beni ne kadar çok seviyor der. Halbuki erkek bunu bilerek ve isteyerek yapar. Gücünü gösterir.” K1

#### **Alt Tema – Cisim yardımıyla**

“...Dayak, darp fiziksel şiddettir. Kendi fiziksel kuvvetiyle veya bıçak gibi aletlerle yaptığı şiddettir.” K2

#### **Ana Tema – Psikolojik şiddet**

“...Polis olarak görev yapan birisi, evde silahını temizlerken karısına doğrultuyor ve bu şekilde karısını tehdit edip ona baskı yapıyor.” K1

“...Mesela birisi saçımı okşuyor ben bundan rahatsız oluyorum ama annem bana sus o senin büyüğün nasıl konuşuyorsun diyor. Bunlardan erkek çocuklara yapılanlar pek gündeme gelmiyor. Çünkü daha da ağır bir suç olduğunu biliyorlar.” K1

“...Kadınların maruz kaldığı en önemli şiddet türünün Psikolojik şiddet olduğunu düşünüyorum. Çünkü biz kadınlar biraz duygusal ve kırılğan bir yapıya sahibiz. Biz her olayı en ince ayrıntısına kadar düşünüyoruz.” K2

#### **Alt Tema – Baskı**

“...Kadın konuşurken erkek yandan konuşma der gibi bakıyor. Buda bir nevi şiddettir. Baskıdır.” K1

“...Çocuklara yasak koymamak gerekli. Çünkü yasaklar her zaman tatlıdır. Çocukların okulda ve dışarıda sosyal olmasını sağlamalıyız.” K1

“...Erkeklerinde üzerinde de baskı var. Evin reisi olma görevi onlarda olduğu için bunu yerine getirmek için çok çalışmak zorunda hissediyorlar. Bu durumda erkekler üzerinde ki psikolojik şiddettir.” K2

#### **Alt Tema – Yalan**

“...Birinin beni aldatması yani yalan söylemesi de şiddettir. En büyük şiddet yalandır.” K1

#### **Alt Tema – Aşağılamak**

“...Hem işyerinde hem de evde zaman zaman kadınlar aşağılanıyor. Bunu yapan kişiler kendilerini hep üstün görmekteler. Kadınların aşağılanacak varlık olarak görmekteler.” K2

#### **Ana Tema – Ekonomik şiddet**

“...Kadınlara ekonomik şiddet işe girerken başlıyor. Daha başvurunuzda bekâr mısınız? evlenmeyi düşünüyor musunuz? Kaç yıl sonra evleneceksiniz? Çocuk yapacak mısınız? Diye soruyorlar.” K1

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

“...Eşlerin yani erkeklerin kadınları küçük görüp para vermemesi, gereksinimlerini karşılamaması, işyerinde çalışan kadınların patronları tarafından küçük görülmesi sayılabilir. Bazı kadınlar çalışabilse de bunların hepsinin kendisi için değil eşinin zoruyla çalıştırıldığını düşünüyorum. Kadının emeğinden faydalanmaya çalışan erkekler var.” K2

“...Krediler ve kredi kartlarının çıkması ekonomik zorluklara sebep oldu. Bu da ailelerin çöküşüne zemin hazırladı. Çok üniversite açılacağına iş alanları açılması sayesinde ekonomik özgürlüklerin sağlanmasına olanak verilebilir. Ayrıca çalışan erkeklerin yaşam standardının yüksek tutulması iş sahibi olmayan veya okumayan, eğitimi olmayan kadınlardan çalışmayanlarına eş parası verilmeli. Böylece koca parasına bakmaz farklı işlere gitmek zorunda kalmaz ve evde çocuklarıyla ilgilenerek onların bakımlarını sağlayabilirler.” K3

#### **Alt Tema – Çalışmasına izin vermeme**

“...Kadınların ekonomik özgürlüğü olsa şiddete maruz kalmayacağını düşünüyorum. Bir kazancımız olsa, kadınlar bir yerde çalışabilse ve kimseye bağımlı olmasak kendimizi daha rahat koruyabilir ve karar alabiliriz.” K2

#### **Alt Tema – Maaşına el konulması**

“...Kadınlar çalışsa da fark etmiyor. Birçok ailede görüyoruz. bekâr olanlarda babası veya abisi, evli olanların da kocası maaşını elinden alıyor. Evin reisi benim bu evi ben geçindiriyorum. Parayı bana vermen lazım diyorlar.” K2

#### **Alt Tema – Zorla çalıştırma**

“...Bazı kadınlar eşinin zoruyla çalıştırıldığını düşünüyorum. Kadının emeğinden faydalanmaya çalışan erkekler var maalesef.” K2

#### **Ana Tema – Cinsel şiddet**

“...Taciz olayı en yakınlarımıza kadar geldi. Ailelerde babaya kadar cinsel istismar olayı geldi.” K1

#### **Alt Tema – Taciz**

“...Örneğin şeker veren birisi iyi kişi olarak öğretiliyor ama sonrasında bu iyilik yaptığını öğrendiği kişiler çocukları taciz ettiğinde bunun taciz olduğunun farkına değildir.” K1

#### **Ana Tema – Dijital şiddet**

“...Günümüzde kullanılan sosyal medya alanları üzerinden yapılan taciz ve hakaret gibi durumlar oldukça rahatsızlık verici boyutlara geldi. Takma isimlerle buralardan kadınlara rahatsızlık verilmekte.” K3

### 4.3. İstanbul Sözleşmesine Bakış Açısı

Katılımcıların İstanbul Sözleşmesine bakış açısını tespit etmek ve Sözleşme hakkında ki görüşlerini öğrenebilmek amacıyla, İstanbul Sözleşmesi hakkında bilgilerinin olup olmadığı, bu sözleşmeye algı ve bakış açılarının ne olduğu, savunulan haklar konusunda bilgisi ve iradeleri olup olmadığı sorulmuş ve verilen cevaplarla önce bir bağlam sonra ana ve alt temalar oluşturulmuştur. Katılımcıların cevapları sonrası oluşturulan bağlam, tema ve alt temalar Tablo 2’de verilmektedir.

**Tablo 2. İstanbul Sözleşmesine Dair Bağlam Ve Temalar**

Bağlam	Ana Tema	Alt Tema
İstanbul Sözleşmesi	Toplum yapısı	Toplumun sözleşmeye yaklaşımı
		Dini ve örfi gelenekler
		Kadın erkek eşitliği
	Sözleşme maddelerinin içeriği	Yetersiz maddeler
		Kaldırılması gereken maddeler
		Yetersiz uygulayıcılar
		Yetersiz uygulamalar
	Kadınların hakları	Yetersiz haklar
		Karşılaşılan engeller
		Haklar konusunda bilgisizlik
	Resmi makamların konuya yaklaşımı	
	Sözleşmenin sonuçları	
	Eğitim	

#### Ana Tema – Toplum yapısı

“...Boşanma bizde muteber bir durum değil. Boşanmış kişinin evine kimse gidemiyor Eşinin evinden cenazen gelir gibi bir atasözü var.” K1

“...Ben o kadar modernim ama kız çocuğumun gece on iki de dışarıya çıkmasını istemem. Çünkü kadının ayrı bir yaşam tarzı vardır. Bence kadın erkek eşit değildir kadının ayrı yaşam tarzı vardır.” K3

#### Alt Tema – Toplumun sözleşmeye yaklaşımı

“...Sözleşmeye kadınların bakışı iyi ve duyarlı. Erkeklerde de bu şekilde düşünenler var tabiki. Bizde biliyoruz ve hatta bundan mutlaka bahsediyor diyenler var.” K1

“...Ailemizin yanında olursak ne olur, çocuklar ne olur diye düşünüyorlar. Kadınlar erkeklerden korkuyor. Devletin yeterli korumayı sağlayamayacağı düşüncesi hakim. Bu sebeple kadınlar ne

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

yapacağını bilememektedir. O güne kadar hiç hata yapmayan kızlar hangi hatayı yaptın diye sorulmasını düşündüklerinden dolayı korkmaktadırlar. Bundan dolayı ailenin yanına gitmiyorlar.”

K2

“...Toplumumuz açısından üzücüdür ki sözleşme iki farklı şekilde algılanmaktadır. Bir kesim İstanbul Sözleşmesi'ni yaratılan algı çerçevesinde yorumlamakta, diğer kesim ise İstanbul Sözleşmesi' ni okuyarak kendi fikirleri ile yorumlamaktadır.” K3

#### **Alt Tema – Dini ve örfi gelenekler**

“...Anaerkil toplumdaki ataerkil topluma dönerken kadın yok sayıldı. Kadını sadece cinselliğiyle, emeğiyle gördük ama ona paye vermedik.” K1

“...Bu sözleşme Türk toplumuyla tam uyumu ona da bakmak gerekiyor. Mesela özellikle LGBT gibi oluşumlara ait derneklerin faaliyetlerini daha görünür kıldı. Avrupa kendi örf ve adetlerine göre yapmış ama Türk toplumunun dini ve milli bazı değerleriyle tam anlamıyla uyum sağlamamaktadır. Buna benzer maddelerin tekrar gözden geçirilerek düzenlemeye gidilmeli. Bu sözleşme bizim örfümüze, inancımıza aykırı. Sadece biz değil, bazı Avrupa ülkeleri de toplumsal ahlaka aykırı olduğu için karşı. Ben evlilik dışı hayatı özendirerek bir sözleşmeyi asla kabul etmem. Mutlaka önlem alınması lazım ama bunu biz kendimiz yapmalıyız.” K2

“...Özgürüm istediğim kişiyle beraber olurum diyemezsin. Bir sınır gelmeli kurallar olmalı. Biz gençken birbirimizin gözüne bakamazdık. Kadın giydikleriyle davet edici olmamalı.” K3

#### **Alt Tema – Kadın erkek eşitliği**

“...Bizimde gitmediğimiz yerler var. Kadın erkek eşit olmalı. Erkekler yapınca sorun olmayan kadın yapınca neden sorun oluyor. Kadın sahile şortla inebilmeli. Erkekler gece 2 de dışarıya çıkabiliyorsa bende çıkabilirim. Kadınlarda özgür ve eşit olmalı.” K1

“...Toplumsal cinsiyet kadın erkek ayrımcılığından kaynaklanıyor. Kadınlara erkek eşittir diyor. Kadınların yapması görevlerle sınırlı kalmamalı. Kadın evde durmamalı sadece ütü yapmalı denmemeli. Hem evde ütü yapmalı hem de dışarıda çalışabilmeli.” K2

#### **Ana Tema – Sözleşme maddelerinin içeriği**

“...Sözleşmede beni rahatsız eden medde yok. Şiddet kadında vücut buluyor ama şiddetin kendisi lanet bir şey aslında. Hakikaten ben düşünüyorum ve anlam veremiyorum sözleşmedeki maddelerden hangisine karşılar.” K1

“...Kadına şiddete sonuna kadar karşıyız. Küçük yaşta çocukların kaçırılması, tecavüz edilip öldürülmesi gibi konularda tabii ki en ağır cezalar verilmeli. Bunlarda ilgili bizim partimiz iki milyon imza topladı. Mecliste de verilmiş yasa değişikliği tekliflerimiz var. Kadınların şiddet görmemesi için ne gerekiyorsa yapılmalı. Ama bunun için batı kültürüyle, batı inançlarıyla hazırlanmış İstanbul Sözleşmesine ihtiyacımız yok.” K2

“...Sözleşmenin maddelerinde beni rahatsız eden bir madde yoktur. Bilâkis sözleşmenin tüm maddeleri doğru ve amaca uygundur.” K3

#### **Alt Tema – Yetersiz maddeler**

“...Kanunların caydırıcılığının olmadığını ve cezaların az olduğunu düşünüyorum. Az bir süre içeride yattıktan sonra daha fazla sinirlenmiş şekilde dışarıya çıkıyor.” K2

“...Suç işleyene caydırıcı cezalar verilse bu kadar suç olmaz. İnsanlarda korku yok cezalar yeterli değil.” K3

#### **Alt Tema –Kaldırılması gereken maddeler**

“...Şiddet sadece kadın için yapılırken değil insana yapılmasını önlemek ve önlemek gerekiyor. Sözleşme de rahatsız edici kısım olarak burası görülmekte.” K1

“...18 yaşından küçük kızlara kadın denmesine katılmıyorum. Sözleşmede bu ayırım yapılmalı ve maddelerde kız çocuklarını ayırabilirler diye düşünüyorum.” K2

“...Bazı maddelerin çıkarılması gerektiğine inanıyorum. Örneğin ispat mutlaka gerekli olmalı. İspatlanmayan ifadeyle işlem yapılmaması gerekir.” K3

#### **Alt Tema – Yetersiz uygulayıcılar**

“...Kadınlar sığınma evlerine giderse tam korunmaya alınmalı. Sözleşmenin maddeleri tam olarak uygulanmıyor. Kanunda yeterli maddeler ve kadın merkezleri var ancak maddelerin uygulanmasında eksikler var.” K1

#### **Alt Tema – Yetersiz uygulamalar**

“...Bu sorunu en az 15-20 yıl gibi uzun vadede eğitimin çözeceğine inanıyorum.” K1

“...Devlet gerekenleri yapmış. ŞÖNİM gibi kuruluşları oluşturmuş. Ama kadınlar hakları konusunda tam anlamıyla bilgisi yok.” K1

“...İnsanların psikolojik eğitimi şart. Çocukları hiperaktif diye tedaviye gönderiyoruz ama esasında ilkokuldan başlamak üzere psikolojik eğitime almalıyız. İstanbul Sözleşmesi'nin maddelerinin uygulanmadığı bir yapıda kadına yönelik şiddeti de önlemek mümkün olmamaktadır.” K3

#### **Ana Tema – Kadınların hakları**

“...Hak ve hukuklarını kendi iradesiyle okuyan ve konuyu yorumlayan kadınlarımız ise mevcutta hazır fakat uygulanmayan yasalar çerçevesinde çaresizlik içerisinde.” K3

#### **Alt Tema – Yetersiz haklar**

“...Ayrılırken anlaşma imzalanması gerekir. Böylece eşler birbirlerine dokunamazlar.” K3

#### **Alt Tema – Karşılaşılan engeller**

“...Sığınma evlerine bazı cemaat evleri gibi bakıyorlar. Burada kadınlar ne yapıyor kim bilir diyorlar.” K1

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

“... Kadınlar, bu alanda Sivil toplum kuruluşlarının da (STK) yardımlarını kullanamıyor. Çünkü bu örgütlerde, benden olanlar ve olmayanlar gibi ayırım yapıyor. Konuya daha çok ideolojik yaklaşıyorlar gibi geliyor.” K2

#### **Alt Tema – Haklar konusunda bilgisizlik**

“...Kadınlarda haklarını bilmiyor. İktidar bunları anlatmalı.” K1

“...Toplumun bu sözleşme ve sözleşmeden doğan hakları konusunda bilgisi olduğuna inanmıyorum. Özellikle televizyonlarda gündem olması sonrası yeni duymuş ve bilgi sahibi olduğuna inanıyorum. Bilgilendirme amacıyla özellikle kadın örgütleri daha aktif çalışmalı diye düşünüyorum. İstanbul Sözleşmenin varlığından haberi olan, hakları konusunda bilgisi olan, kendini ifade edebilen kadınlar başvuru süreçlerini kullanabiliyor. Dolayısıyla bu kadınlara uygulanan şiddeti önleyebilir. Ama diğer kadınlar için aynı şeyi söylemek mümkün değil. Sözleşme anlatılabilse ve kadınlar bu hakları konusunda bilgilendirilse şiddeti azaltacağını düşünüyorum. Devlet hariç Sivil Toplum Kuruluşları ve partilerin kadın kolları da bu bilgilendirme sürecinde aktif rol almalıdır.” K2

“...Kadınların haklarını bildiğine kesinlikle inanmıyorum. Sözleşme iyi anlatılırsa şiddetin önlenebileceğine inanıyorum. Şu anda özellikle kadınların İstanbul sözleşmesi hakkında da bilgileri yok. Kadın veya erkek, yetişkin veya çocuk duyduklarına göre değil okuduklarına göre hareket etmek zorundadır. Sokakta yaptığım eylemin bana da kimseye de faydası yok. Harekete geçmeli ve delil ile sorumlulara bildirmeli ve engellenmesini sağlamalıyız. Herkes kendi önünü temizlemeli.” K3

#### **Alt Tema – Resmi makamların konuya yaklaşımı**

“...Sözleşmenin caydırıcı özelliği var. Ama görevliler görevini yaparsa var. Polis öncelikle barıştırma yoluna gidiyor. Sonra olay büyüyor ve sonuçta birsi cezaevine gidiyor. Sözleşme uygulansa sorun kalmayacak. Şiddete karşı iktidar eşit ve adaletli olmalı.” K1

“... Aile içinde koruyucu bir yasa yok. O yüzden şiddete uğradıktan sonra ailesinin yanına gidince burada tam güvenli olamayabilir. Burada tekrar şiddete maruz kalabilir. Hem ailesinden hem de şikayetçi olduğu kişiden tekrar şiddet görebilir.” K2

“...Polis korkuyor. Dokunursam taciz ediyor diye şikayet ediliyorum diyor. Bu sebeple tedirginlik yaşıyor ve müdahale etmiyorlar.” K3

#### **Ana Tema – Sözleşmenin sonuçları**

“...İstanbul Sözleşmesinin şiddeti engellediğine inanmıyorum. Sözleşmenin sonuçlarına baktığımızda hem Türkiye’de hem de Avrupa’da kadına şiddet ve ölümlerin arttığı yönünde. Demek ki İstanbul Sözleşmesi buna bir çare olamamış. Sözleşmenin, kadına karşı şiddeti önleyemediğini görüyoruz.” K2

**Ana Tema – Eğitim**

“...Şiddetin en ağırını, kendini muhafazakâr diye tanımlayan daha ataerkil yapıya dönük kesim yapıyor. Ancak 3-4 göbek eğitim almış kesim bilinçlendiği için bu tanımlamanın dışında tutulmalı. Kız çocukları babasından korkuyor ama babası gibi koca buluyorlar. Genelde kırsal kesimlerde kızlar okutulmuyor ve küçük yaşta evlendirilmeye zorlanıyor. Biri ona yan bakacak diye korkup erken yaşta evlendiriyorlar. Bu sebeple mutlaka eğitim olmalı ve bu eğitimi de devlet kendi vermeli. Bu günlerde revaçta olan sübyan mekteplerinde kızlara itaat erkeklere ise güç öğretiliyor. Eğitim merdiven altında veriliyor. Devlet, özellikle okul öncesi eğitimi kendisi vermeli. Biz kadınları okutmadığımız sürece erkekler de güç zehirlenmesi olur. Erkeklerin güç hakimiyeti devam eder.”

K1

“...Milli Eğitim Bakanlığı, Diyanet İşleri Başkanlığının kitaplarında toplumsal cinsiyet roller biçilmekte ve kadın insan olarak görülmemekte. Çocuklara soyut kavramlar doğru verilmeli. İyi kötü öğretilmeli. Eşitlik öğretilmeli.” K1

“...Çocukluktan öğrenilen bazı davranışlar var. Ben çocukken babam ne bizi nede annemi dövmezdi. O yüzden ben dayak nedir bilmem. Anneler çocuklar üzerinde etkilidir. Çocuklar birçok öğretilisini anneden almaktadır.” K2

**5. BULGULARIN YORUMLANMASI**

Sürekli şiddet ile karşılaşılın bir yerde sağlıklı bir toplumdan bahsedilemez. Duygularını ifade etmekte zorlanan, düşüncelerini doğru anlatamayan kişiler sorunları çözmek için şiddete başvurmaktadır.

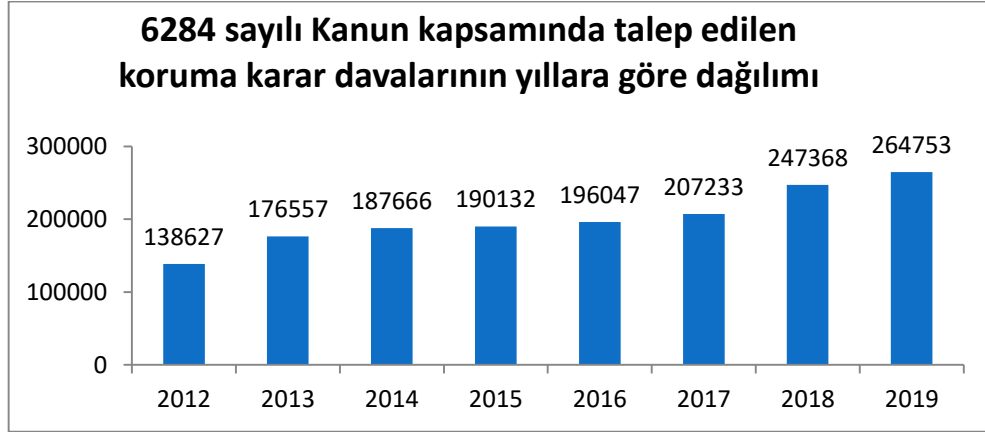
Kadına yönelik şiddet denince ise ilk olarak fiziksel şiddet akıllara gelmesine rağmen diğer şiddet türleri ile karşılaşılın oranları da oldukça fazladır. Bir tarafta kamusal alanda uygulanan şiddet varken diğer tarafta ise özel alan olarak adlandırılın aile içi şiddet yer almaktadır. Kadınlar, aile içinde şiddete en fazla eşleri tarafından maruz kalmaktadır. Bu duruma sebep olarak ataerkil toplum yapısı, örfi bazı değerler, eğitim seviyesi, ailenin maddi durumu, eşitsiz güç ilişkileri, çocukluk döneminde tanık olunan şiddet gibi nedenler gösterilebilir. İstanbul Sözleşmesi ise kadına yönelik şiddetin önlenmesi, kadınlar ile erkekler arasında eşitliğin sağlanması, şiddet mağdurlarının korunması, suçluların cezalandırılması, kadına karşı şiddet ile mücadelenin bütüncül politikalarla desteklenmesi ve bu yönde uluslararası işbirliğinin yaygınlaştırılması gibi birçok konuda açık bırakmayacak şekilde hazırlanan önemli bir belgedir. Bu anlamda İstanbul Sözleşmesi, konunun çözümü noktasında taraf devletlere de birçok yükümlülükler getirmektedir.

Araştırmamız esnasında yapılan yüz yüze görüşmelerde ifade edilen görüşler dikkate alındığında şiddetin ailede başladığı, en çok karşılaşılın şeklinin fiziksel şiddet olduğu, yetkililerin yeterli duyarlılıkla olaya bakmadığı, siyasilerin duyarsızlığı ve kadınların yetersiz eğitim ve

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

istihdam olanakları başlıkları ön plana çıkmaktadır. Çözüm önerileri de yine bu başlıklar üzerinden giderek kadınların başta eğitim ve ekonomik özgürlüklerinin sağlanması olmak üzere kanunları uygulanmasındaki aksaklıkların giderilmesi ve kamu görevlilerinin eğitilerek yaklaşımlarının değiştirilmesinin sağlanması şeklinde olmaktadır. Aşağıda bu görüşleri destekleyici araştırma verileri yer almaktadır.

**Grafik 1. Adalet Bakanlığı İstatistikleri Adli Sicil İstatistikleri, 2019 (WEB: 6)**



Adli sicil istatistikleri incelendiğinde, sözleşmenin imzalandığı yıldan sonra her sene koruma karar davalarında bir yükselme meydana geldiği görülmektedir. Ancak bu verilerin tek başına değerlendirilemeyeceği açıktır. Keza sadece koruma kararlarının sayısının artmasında, konu hakkında kadınların daha bilinçli olması ve adli makamlara başvuru yapması sonucu veya adli makamlarda bulunan yetkililerin, işlenen suçları bu kapsamda değerlendirerek işlem yapması gibi gerekçeleri de barındırdığını unutmamak gerekir.

Bu kapsamda Türkiye’de aile içi şiddet araştırması sonuçlarına da bakmakta fayda vardır.

**Tablo 3. Hacettepe Üniversitesi Türkiye’de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması (2014) (WEB: 1)**

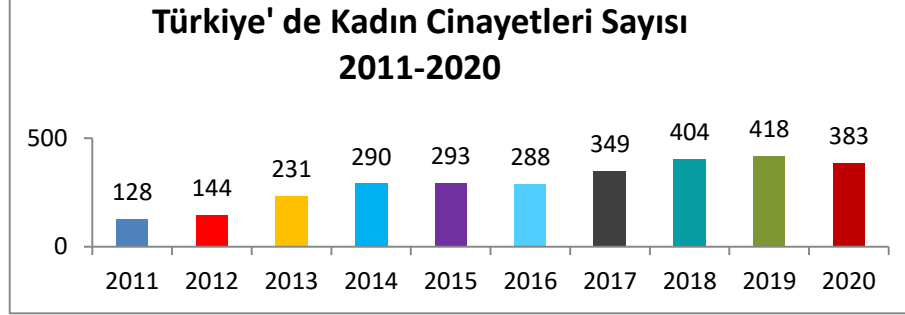
En az bir kez evlenmiş kadınlar için yaşamın herhangi bir döneminde fiziksel, cinsel veya duygusal şiddet yaygınlığı, 2008-2014			
	Fiziksel şiddet (%)	Cinsel şiddet (%)	Duygusal şiddet (%)
2008	39	15	44
2014	36	12	44

Görülebileceği üzere en az bir kez evlenmiş kadınlar arasında yapılan araştırmada elde edilen sonuçlara göre İstanbul Sözleşmesinden önce ve sonra yaşanan şiddet vakalarında kısmi bir azalma olduğu, bunda aslında sözleşmenin önleyici etkisinden kaynaklandığı söylenebilir.



Yine aşağıdaki grafikte ki kadın cinayetleri sayılarına bakıldığında rakamların arttığı ve şiddet olaylarının daha çok cinayetle sonuçlandığını bununda koruma kararlarının verilememesi veya gecikmeli verilmesi şeklinde yorumlanması da mümkündür.

**Grafik 2. Türkiye’de Kadın Cinayetleri Sayıları, 2011-2020 (WEB: 7)**



Şiddet sonrası ölümlle sonuçlanan olaylardaki, Evli: %58,5, Boşanmış: %16,1, Bekâr: %16,3, Dul: %6,8, Diğer: %2,3 istatistiğı göz önüne alındığında evli olmayan kişilerinde şiddete maruz kaldığı ve İstanbul sözleşmesindeki ev içi ve ya dışı evli olan ve ya olmayan kavramının önemi ortaya çıkmaktadır (Taştan ve Küçüker Yıldız, 2019).

2012 yılında yürürlüğe giren 6284 sayılı Ailenin Korunması ve Kadına Karşı Şiddetin Önlenmesine Dair Kanun ile birlikte evli olmayan kadınlara da korunma talebinde bulunma hakkı tanınmıştır. Adalet Bakanlığı'nın Adli Sicil İstatistikleri verilerine göre amacı fiziksel, cinsel, psikolojik ve ekonomik şiddete uğrayan veya şiddete uğrama tehlikesi bulunan tüm kadınların ve aile bireylerinin korunmasını sağlamak olan 6284 sayılı yasanın yürürlüğe girdiğı ilk yılda koruma taleplerinin iki kat, 2019 yılında ise beş kat arttığı gözlenmektedir. İstanbul Sözleşmesi'nin bir gereğı olarak aile içindeki tartışmaların bile adli vaka sayıldığı, 6284 sayılı kanuna göre ise kadının beyanının esas alınarak verilen uzaklaştırma kararlarının aile birliğini bozduğu düşünülmektedir.

**Tablo 4. Evlilik ve Boşanma İstatistikleri (WEB: 8)**

Yıl	Toplam evlenen	Toplam boşanan	Boşanma nedenleri			
			Zina	Cana kast ve pek fena muamele	Geçimsizlik	Diğer
2011	592 775	120 117	85	35	116 153	3844
2014	599 704	130 913	107	31	126 732	4043
2019	541 424	155 047	103	35	151 089	3820

Tablo 4'te yıllar içinde, şiddete bağılı boşanma oranlarında artış olmadığı görülmektedir. Yani toplum arasında en çok tartışma konusu olan ve sözleşmenin ailede çatışma oluşturduğu ve

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

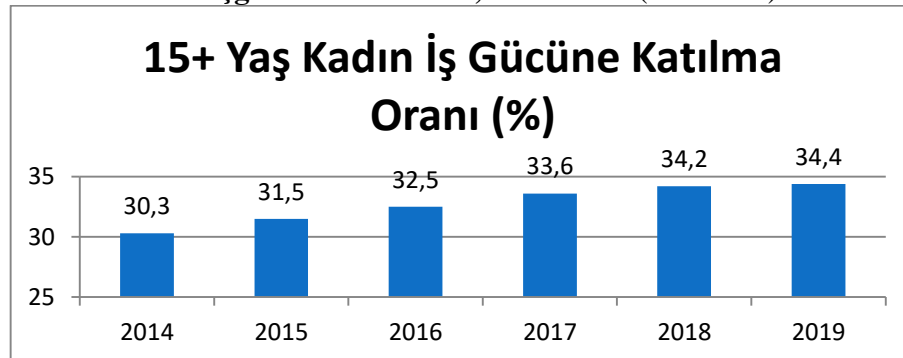
boşanmaları arttırdığı tezinin doğru olmadığı görülmektedir. Görüleceği üzere boşanmaya en fazla geçimsizlik gerekçe gösterilmiştir. Cana kast ve kötü muamele gerekçesiyle boşanmalarda ise gözle görülür bir değişim olmamıştır. Aşağıda yer alan Tablo 5.'de de boşanma istatistiklerinde ilk sırada eşin sorumsuz ve ilgisiz davranması bulunmakta olup yukarıda görülen rakamlar bir anlamda doğrulanmaktadır.

**Tablo 5. Cinsiyete Göre Boşanma Nedenleri Oranı, 2016 (15+yaş) (WEB: 9)**

Boşanma nedenleri	Toplam
Sorumsuz ve ilgisiz davranma	50,9
Evin ekonomik olarak geçimini sağlayamama	30,2
Aldatma	20,4
Dayak/kötü muamele	19,5
İçki	13,2
Kumar	6,7
Ailedeki çocuklara karşı kötü muamele	5,9
Madde bağımlılığı	2,5
Aile içi cinsel taciz	1,5

Ayrıca yukarıda katılımcı görüşlerinde yer verildiği gibi yargıya karşı da bir güvensizlik söz konusudur. Bu görüşü destekleyen bir araştırmaya göre, %64 oranındaki seçmen, kadın cinayetlerinde ve çocuklara tacize karşı yargının etkin çalışmadığını düşünmektedir (Metropol, Eylül 2019).

Şiddetin önlenememesinde ve/veya şiddete boyun eğmelerinde önemli bir gerekçe olarak, kadınların ekonomik özgürlüklerini elde edememiş olmaları gösterilmektedir. Eğitimsiz ve herhangi bir meslek sahibi olmayan kadınlar, şiddet görmelerine rağmen evden ayrıldıklarında geçimlerini nasıl karşılayacakları korkusu ile yaşamakta ve şiddete dur diyememektedir. Yıllar içinde işgücüne katılma oranlarında artış olması, ekonomik özgürlüğüne kavuşan kadınların daha özgür olarak karar almasına olanak vermektedir. Dolayısıyla, grafikte görülen ve iş gücüne kadın katılımının arttığını gösteren veriler olumlu birer göstergedir.

**Grafik 3. İşgücü İstatistikleri, 2014-2019 (WEB: 10)**

Küçük yaşta evliliklerde ülkemizde sıkça karşı karşıya geldiğimiz ve aynı zamanda İstanbul Sözleşmesi'nin konuları arasında da yer alan sorunlar arasındadır. Tablo 6.'da görüleceği üzere hem erkeklerde hem de kadınlarda, küçük yaşta evliliklerin sayısında sözleşme öncesi ve sonrası tarihler dikkate alındığında azalma olduğu görülmektedir. Tabii ki bu azalmanın sadece sözleşmeye bağlı olduğunu söylemek doğru değildir. Ancak önemli bir etkisinin olduğunu da göz ardı etmemek gerekir.

**Tablo 6. Yaş Grubuna Göre İlk Defa Evlenenler, 2011-2019 (WEB: 8)**

Yaş Grubu	2011	2014	2019
<b>Erkek Toplam</b>	<b>509 739</b>	<b>512 612</b>	<b>455 387</b>
16-19	14 203	12 603	8 359
<b>Kadın Toplam</b>	<b>514 423</b>	<b>513 238</b>	<b>446 720</b>
16-19	130 129	115 660	71 148

Bir diğer sorun, kadınlara verilen eğitim eksikliğidir. Okullarda verilen temel eğitim dışında özelde de aile ile ilgili eğitimler önemli bir yer tutmaktadır. Tablo 7.'de görüleceği üzere kadınların yıllar içinde eğitimde yer alma oranlarında da artış vardır. Bu değişimin, eğitilmiş kadınların haklarını savunmakta ve kendilerine güven duymalarına katkı sağlayacağı kaçınılmazdır.

**Tablo 7. Bitirilen Eğitim Durumuna ve Cinsiyete Göre Nüfus, 2011-2019 (6 ve Daha Yukarı Yaştaki Nüfus) (WEB: 11)**

Yıl	Okuma yazma bilmeyen	İlköğretim	Yükseköğretim ve Fakülte
<b>2011</b>	2617566	5256806	2299487
<b>2014</b>	2208336	4641034	3306335
<b>2019</b>	1738389	2438391	4802283

Siyasi aktörlerin konu hakkında samimi olmaması sonucu kanunların çıkması veya uygulanmasında da aksamlar olmaktadır. Meydanlarda şiddete hayır diyen birçok siyasi aktörün sıra kanun çıkarılmasına gelince uzak durması veya çözüm hakkında elini kısırdatmaması da samimiyet sorgulamasını gerekli kılmaktadır. Yapılan bir araştırmada, seçmenin %66'sı siyasilerin kadın ve çocuga yönelik taciz, tecavüz ve şiddet olaylarında gerekli hassasiyeti göstermediklerini ve gerekeni yapmadıklarını düşünmektedir (Metropol, Eylül 2019).

## SONUÇ

Bilindiği üzere her ülkenin kendi kanunları bulunmaktadır. Bu kanunlar ülkelerin kendi geleneksel kalıpları ile örfi ve dini bazı değerlerini yansıtacak şekilde oluşturulmaktadır. Ayrıca uluslararası standartlarda hazırlanan kanunların da herkese hitap etmesi ve olası sorunların bu şekilde önüne geçilmesi beklenmektedir. İstanbul Sözleşmesi de uluslararası platformda kadına

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

yönelik şiddeti önlemeye yönelik hazırlanmış önemli bir belgedir. İstanbul Sözleşmesi, kadına yönelik şiddetin önlenmesi, kadınlar ile erkekler arasında eşitliğin sağlanması, şiddet mağdurlarının korunması, suçluların cezalandırılması, kadına karşı şiddet ile mücadelenin bütüncül politikalarla desteklenmesi ve bu yönde uluslararası işbirliğinin yaygınlaştırılması gibi birçok konuda açık bırakmayacak şekilde hazırlanan önemli bir belgedir.

Bu araştırma, İstanbul Sözleşmesi'nin kadına yönelik şiddeti önlemede etkili olup olmadığını anlama amacı taşımaktadır. Araştırmada, Zonguldak ili Karadeniz Ereğli ilçesinde bulunan ve 31 Mart 2019 yerel seçimleri sonuçlarına göre en yüksek oyu alan üç siyasi partinin kadın kolları üyesiyle yüz yüze görüşme yapılarak İstanbul Sözleşmesi'nin kadına yönelik şiddeti önlemedeki etkileri konu edilmektedir.

Konu ile ilgili literatür bilgileri ve katılımcıların söyledikleri beraber değerlendirildiğinde kadına yönelik şiddet konusunda geline ortak nokta, toplumsal kabullerin değişmesi gerektiğidir. En temel sorunun ise zihniyet sorunu olduğu belirtilmektedir. Yani, kadınlar bilerek dezavantajlı konumda bırakılmaktadır. Bu sorunu, başta siyasi iktidarlar olmak üzere tüm toplum beraberce ve eğitimle çözmelidir.

Sonuç olarak;

- 1- Düzenleme sonrası kadın cinayetlerinin sayısında artış olduğu düşüncesi ile İstanbul Sözleşmesi bir anlamda günah keçisi ilan edilmektedir. Sözleşmeden sonra meydana gelen cinayetlerin sayısında ki artışın sebepleri araştırılırken alkol ve madde kullanımı gibi pek çok değişkenin varlığı da göz ardı edilmemelidir. Özellikle sosyolojik ve psikolojik toplumsal süreçlerin göz ardı edilerek İstanbul Sözleşmesi'nin hedefe konması gerçek sebeplerin üstünün örtülmesi anlamına gelmektedir. Özellikle, 6284 sayılı kanunun getirdiği bazı haklar ile zaman içinde kadınların şiddete karşı adli makamlara başvuru yapma hakkında daha cesaretli ve bilinçli hale gelmesi de koruma davalarındaki artışa sebep sayılabilir. Ayrıca kadına karşı işlenen ve önceleri adi suç kapsamında görülen birçok cinayetinde, 6284 sayılı kanunun çıkarılması sonrası artık kadın cinayeti adı altında ayrı bir kategoride değerlendirmeye alınması sonucu istatistikî rakamlarda ki yükselmeye sebep olduğu göz ardı edilmemelidir.
- 2- Kadınlar, haklarını yeteri kadar bilmemektedir. Bunun başlıca sebebi olarak eğitimsizlik veya şiddet konusunda gerekli bilgilendirilmenin kendilerine ulaştırılamaması gösterilebilir. Toplumun eğitim düzeyinin arttırılmasıyla hem toplumsal cinsiyet eşitsizliği hem de kadına şiddetin azalacağı gerçeğini unutmamak gerekir. Bu hedefe ulaşabilmek için hem Aile Bakanlığı hem de Milli Eğitim Bakanlığı ile işbirliği içinde olarak çeşitli eğitimler verilmesi gerekmektedir. Ayrıca çeşitli bakanlık ve kurumlarla işbirliği halinde Kadın Destek

Uygulaması (KADES), ALO 183, Şiddet Önleme ve İzleme Merkezi (ŞÖNİM) gibi çalışmaların daha aktif kullanımının sağlanması ile kapsamının ve teknolojik alt yapısının genişletilmesi, toplum tarafından bilinirliğinin de artmasını sağlayacaktır.

Dinin toplumda önemli bir yere sahip olması gerçeğinden yola çıkarak, Diyanet İşleri Başkanlığı'nın kadına yönelik şiddetin önlenmesi hakkında toplumu bilinçlendirici hutbe ve vaazlar vermesi ve bu yönde etkinliklerin artarak devam etmesi de yararlı olacaktır.

- 3- Çocuklarını veya ekonomik bazı kaygıları taşıyan kadınlar uğradıkları şiddete ses çıkartamamaktadır. Devletin yapacağı düzenlemeler ile kadınların çalışma koşulları, süreleri ve alacakları ücretler gibi konular ile çocuklarının bakımları gibi önlemler alınmalıdır.
- 4- Kadınların, şiddetle karşılaştıklarında kolluk kuvvetlerinden önce başvurabilecekleri yapılar oluşturulmalıdır. Şiddet gören kadınlar için yapılan sığınma evlerinin sayısının ülkemizde yeterli olmadığı gerçeğini görerek devletin daha fazla sığınma evi açması ve/veya sivil toplum kuruluşlarınca açılan evleri çeşitli fonlarla destekleyerek faaliyet yapmalarına imkan vermesi gereklidir.
- 5- Kol kırılır yen içinde kalır sözü doğrultusunda toplumsal bir bakış açısı vardır. Bu sebeple küçük yaştan itibaren bu sözün etkisiyle ve gücüyle büyüyen kız çocukları yaşadıklarını çevresine anlatamamaktadır. Kadın, şiddet görse bile ailesine bunu anlatamamakta veya anlatsa bile "bu evden gelinlikle çıktın ancak tabutunla dönersin" şeklinde bir anlayışla karşılaştığından dolayı şiddete boyun eğmekte ve hayatına devam etmektedir. Yine yaşam tarzı olarak küçüklüğünden itibaren şiddete tanık olmuş bir çocuk da şiddeti hayatında normalleştirmeye ve hatta kendisi içinde bir yaşam tarzı yapmaya başlamaktadır. Ayrıca zorla veya küçük yaşta evlendirilme anlayışının da değiştirilmesi ile ev içinde yardımlaşmanın önemi hakkında başta devlet kurumları olmak üzere sivil toplum kuruluşları ile medyanın da katkısıyla farkındalık oluşturulması gerekmektedir.
- 6- Başta kolluk kuvvetleri olmak üzere adalet ve sağlık personeline, kadına yönelik şiddet konusunda meslek içi eğitim programlarının sayısı artırılarak olaylara bakış açısında da olumsuz tavırların önlenmesi sağlanmalıdır. Programlarda, yapılan hukuki düzenlemelerin amacı, şiddet çeşitleri, mücadele yöntemleri, şiddet mağdurlarının hakları, sağlıklı aile yapısı gibi konular ele alınmalıdır.
- 7- Kadına yönelik şiddete karşı bir politika belirlenebilmesi ve sorunların saptanması için bilimsel verilerle desteklenebilmelidir. Bunun için de elde edilen verilerin tek bir havuzda toplanması ve kişisel bilgilerin gizlenerek bilim insanlarıyla paylaşılması kamu yararı açısından önemlidir.

- 8- Kadına yönelik şiddetin, uygulamada sanki sadece kadınların sorunu gibi görülmesi ve yapılan etkinliklerde erkek katılımcıların hiç olmaması ya da az sayıda olması sorunun ciddiyetini ve farkındalığını azaltmaktadır. Farklı görüşlere sahip olanlarında siyasi veya ideolojik sebepleri bir kenara bırakarak bir araya gelip kabul edilebilir bir söylem geliştirmesi faydalı olacaktır.
- 9- Kanunların caydırıcılığının olmaması ve kişilerin kanunlar önünde eşit ve özgür görülmemesi önemli bir sorun teşkil etmektedir. Kanunların her kesimi tatmin edici şekilde düzenlenmesi faydalı olacaktır. Ayrıca dini ve örfi geleneklerimize daha yakın görülen ve toplum vicdanını tatmin edebilecek yaklaşımlar olmaması, konuyu sahiplenmemizi etkilemekte ve çeşitli yanlış anlaşılmalara sebebiyet vermektedir. Halkımızın İstanbul Sözleşmesinde çekimser kaldığı maddeler üzerinde tartışılarak düzenlemeler yapılmalıdır.
- 10- Tanımlamaların doğru yapılmaması sebebiyle sorunun gerçek yüzü görülememektedir. Şiddet tanımının kişiden kişiye değişmekte olması, konunun başlangıcının tespitini zorlaştırmaktadır. Bu durum ise sorunun üzerine doğru bir yaklaşım sergilememizin önündeki engel olarak durmaktadır. Katılımcılarla yapılan görüşmelerde de görüleceği üzere toplumsal cinsiyet tanımından kaynaklı olarak halkımız bu sözleşmeye temkinli durulmaktadır. Toplumsal cinsiyet ve cinsiyet eşitliği kavramları eşcinsellik ya da cinsiyetsizleştirme şeklinde algılanmaktadır. İstanbul Sözleşmesi, bazı kesimler tarafından bu tanımlar üzerinden bilerek yıpratılmaya çalışılmaktadır. Böylece de sanki toplum cinsiyetsizleştiriliyor imajı verilip halkın hassas duyguları istismar edilmekte ve taraftar toplanmaya çalışılmaktadır. Sözleşmenin ve maddelerinin topluma daha iyi anlatılması sağlanarak yanlış anlaşılmaların önüne geçilmesi sayesinde sözleşmenin destekçi sayısının artması sağlanacaktır. Burada en önemli görev kamu kurumlarına düşmektedir.
- 11- Bazı siyasi aktörlerin, yaptığımız bu araştırmaya katılımında çekimser davranması ve/veya çeşitli zorluklar göstermesi konuya olan zayıf duyarlılıklarının ve samimiyetsizliklerinin bir göstergesi olarak karşımız çıkmaktadır. Bu durum, iktidarın üst kademelerinde iyi niyetli yapılan çalışmaların öncelikle kendi taban örgütlerinden başlamak üzere iyi anlatılması ve kabullenilmesinin gerekliliğini göstermesi açısından oldukça önemlidir.
- 12- Metropol araştırma şirketinin Türkiye'nin Nabızı Temmuz 2020 verilerine göre "Hükümetin İstanbul Sözleşmesinden çekilmesini onaylıyor musunuz?" Sorusuna %63,6 hayır cevabını vermiştir (Gönen, 2020). Yapılan bu çalışmadan da anlaşılıyor ki Türk toplumu, İstanbul Sözleşmesinden ayrılmak yerine aslında kadınlara yönelik şiddetle mücadele için tam olarak uygulamasını istemektedir. Bunun için TBMM de yasal yaptırımlar ile çalışmalarını güvence altına alınan ortak bir komisyon kurulmalı ve gerek Mecliste bulunan veya bulunmayan tüm

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

siyasi partiler, gerekse de sivil toplum kuruluşları düşüncelerini bu platformda dile getirerek bir sonuca varılmalıdır.

Son olarak bu çalışma kapsamında edinilen veriler ışığında sunulabilecek öneriler arasında, çalışmaya dahil olmayan siyasi parti kadın kollarının görüşleri alınmadığı için bu anlamda ileride yapılacak diğer çalışmalarda bu kesimin de görüşleri alınarak daha geniş bir örneklem oluşturulabilir. Bu çalışmanın Karadeniz Ereğli ilçesiyle sınırlı tutulması, elde edilen bulguların genellemesinde sınırlılık oluşturduğu ve mevcut durumu açıklamaya yönelik eksikliği tam olarak gideremediği için yine ileriki çalışmalar, Karadeniz Ereğli ilçesi dışındaki yerlerde de yapılabilir ve daha kapsamlı bulgulara ulaşılabilir. Son öneri ise çalışmanın yöntemi konusunda olup, çalışmada kullanılan nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine görüşme yöntemi yerine, ilerideki çalışmalarda nicel araştırma yöntemlerine veya her ikisine de yer verilmesi konunun farklı boyutlarının anlaşılmasını sağlayacaktır.

#### KAYNAKÇA

- ARAL, N., BÜTÜN AYHAN, A., TÜRKMENLER, B. ve AKBIYIK, A. (2004). İlköğretim Okullarının Sekizinci Sınıfına Devam Eden Çocukların Saldırganlık Eğilimlerinin İncelenmesi, *Çağdaş Eğitim Dergisi*, Cilt:29, Sayı:315, s.17-25.
- ARSLANTAŞ, Halis Adnan; ( 2013), “ Aile Kurumu ve Aile İçi Şiddet”, Editör: ŞİŞMAN, Yener, *Sosyal Sorunlar*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, s. 27-74
- DİŞSİZ, M. ve N. H. Şahin; (2008), “Evrensel Bir Kadın Sağlığı Sorunu: Kadına Yönelik Şiddet”, *Maltepe Üniversitesi Hemşirelik Bilim ve Sanat Dergisi*, Cilt:1, Sayı:1, Ağustos, s.50-58.
- GÖNEN, Deniz; İstanbul Sözleşmesi tartışmalarına STK’lardan tepki, (28.07.2020) <http://sosyalup.net/istanbul-sozlesmesi-tartismalarina-stklardan-tepki/> adresinden 14.09.2020 tarihinde alınmıştır.
- GÜRSOY, Elif, (2008). Kadına Yönelik Şiddete Yaklaşımda Ebe ve Hemşireliğin Yeri ve Önemi 1.Kadın sağlığı kongresi, “*kadına yönelik şiddet kongre kitabı*”, s:148-152 Ankara.
- İBİLOĞLU, Aslıhan Okan; (2012), “Aile İçi Şiddet”, *Psikyatride Güncel Yaklaşımlar*, 18 Mart, Cilt:4, Sayı:2, s.204-222.
- Kadın Dayanışma Vakfı; (2008), *Kadına Yönelik Şiddet El Kitabı*, Kadın Dayanışma Vakfı Yayınları, Ankara.
- Kadınlara Yönelik Şiddet ve Aile İçi Şiddetin Önlenmesi ve Bunlarla Mücadeleye İlişkin Avrupa Konseyi Sözleşmesi (İstanbul Sözleşmesi), Avrupa Konseyi Anlaşmalar Serisi, İstanbul, 11.V.2011, <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/03/20120308M1-1.pdf> adresinden 01.07.2020 tarihinde alınmıştır.
- KAPTANOĞLU, Cem; ( 2013) “ Aile ve Şiddet” , Editör: AKSARAY, Gökay, *Aile Psikolojisi ve Eğitimi*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, s.80.
- KSGM (T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü); (2009), *Kadına Yönelik Aile İçi Şiddetle Mücadele Ulusal Eylem Planı 2007-2010*, KSGM Yayınları, Ankara.

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

Metropol, Türkiye' nin Nabzı, Eylül 2019, Kadına Yönelik Şiddet: Toplumsal Algıda Türkiye'nin "Kırmızı Çizgisi", kadına-yonelik-siddetle-mucadele-günü-rapor-derlemesi, <http://www.metropoll.com.tr/arastirmalar/sosyal-arastirma-12/1829> adresinden 14.09.2020 tarihinde alınmıştır.

ÖZTUNALI KAYIR, Gülser; (1998), " Kadına Yönelik Şiddetin Araştırılması Sorunları", Editörler: Mor Çatı Kolektifi, *Geleceğim Elimde*, Mor Çatı Yayınları, 1. Baskı, İstanbul, s. 17-25.

PALA, Bengü; (2013), "Aile İçi Şiddet", Editör: ÜNALACAK, Murat, *Aile Sağlığı*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, s. 22-34.

ŞAHİN, Süheyla; (2012), "Kadın Hakları Ve Şiddet", *Konya Barosu Dergisi*, Yıl:40, Sayı:22, Eylül, s. 42-43.

TAŞPOLAT-TUĞSAVUL Melis, Türk Hukukunda Arabuluculuk, Ankara 2012.

TEKİN, Üzeyir (2011 ), *Şiddet (Şiddet Kavramı, Aile İçi Şiddet, Kadına Yönelik Şiddet ve Çocuk İstismarı)* , 1.Baskı, Orient Yayınları, Ankara.

ÜNKER, Pelin; DeutscheWelle Türkçe, (12.05.2020), İstanbul Sözleşmesi neden hedef oluyor?, <https://www.dw.com/tr/istanbul-s%C3%B6zle%C5%9Fmesi-neden-hedef-oluyor/a-53415793> adresinden 15.09.2020 tarihinde alınmıştır.

(WEB: 1) Türkiye'de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması (2014), Hacettepe Üniversitesi Nüfus Etütleri Enstitüsü, Ankara. [http://www.hips.hacettepe.edu.tr/TKAA2014\\_Ozet\\_Rapor.pdf](http://www.hips.hacettepe.edu.tr/TKAA2014_Ozet_Rapor.pdf) adresinden 08.07.2020 tarihinde alınmıştır.

(WEB: 2) Anadolu Platformu, *İstanbul Sözleşmesi Çalıştay Raporu*, 22.02.2020 <https://www.anadoluplatformu.org.tr/manset/istanbul-sozlesmesi-calistayi-raporu-yayimlandi/> adresinden 14.09.2020 tarihinde alınmıştır.

(WEB: 3) <https://kadem.org.tr/istanbul-sozlesmesi-hakkinda/> adresinden 14.09.2020 tarihinde alınmıştır.

(WEB: 4) Milli Gazete, İstanbul Sözleşmesi neden feshedilmeli?, Son güncelleme: 12.05.2020 <https://www.milligazete.com.tr/haber/4344786/istanbul-sozlesmesi-neden-feshedilmeli> adresinden 14.09.2020 tarihinde alınmıştır.

(WEB: 5) <https://www.morcati.org.tr/attachments/article/440/istanbul-sozlesmesi-izleme-platformu-golge-raporu.pdf> adresinden 01.03.2021 tarihinde alınmıştır.

(WEB: 6) Türkiye Cumhuriyeti Adalet Bakanlığı Adli Sicil ve İstatistik Genel Müdürlüğü (2019), *Adli İstatistikler 2019*, Ankara. <http://adlisicil.adalet.gov.tr/Home/SayfaDetay/adli-istatistikler-2019-kitab12062020095712> adresinden 08.07.2020 tarihinde alınmıştır.

(WEB: 7) Şiddetten Ölen Kadınlar İçin Dijital Anıt, <http://anitsayac.com/> adresinden 01.01.2021 tarihinde alınmıştır.

(WEB: 8) TÜİK, Toplumsal Yapı ve Cinsiyet İstatistikleri, [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1068](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1068) adresinden 16.07.2020 tarihinde alınmıştır.

(WEB: 9) TÜİK, Aile Yapısı Araştırması, 2016, <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=109&locale=tr> adresinden 16.07.2020 tarihinde alınmıştır.

(WEB: 10) TÜİK, İşgücü İstatistikleri, 2014-2019 <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=72&locale=tr> adresinden 17.08.2020 tarihinde alınmıştır.

(WEB: 11) TÜİK, Ulusal Eğitim İstatistikleri Veri Tabanı, Bitirilen eğitim durumuna ve cinsiyete göre nüfus, 2008-2019 (6 ve daha yukarı yaştaki nüfus) 2008-2019, [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1018](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1018) adresinden 17.08.2020 tarihinde alınmıştır.



## YAZI TİPLERİNİN İLETİŞİM AÇISINDAN ÖNEMİ\*

Assist. Prof. Dr. Öznur IŞIR\*

Assist. Prof. Dr. Çiğdem TANYEL BAŞAR\*

Prof. Metin İNCE\*

## Öz

Bir metin yazarken kullanılacak yazı tipi ile ilgili olarak bilinçli ya da bilinçsiz olarak bir tercih yaparız. Bu seçimin ise iletişim açısından ne kadar önemli olduğunun pek çok kişi farkında değildir. Oysa sözlü iletişimde ses tonu ve vurgu söylediğimiz bir “merhaba” kelimesine nasıl içten, resmi, öfkeli ya da alaycı bir ifade katıyorsa, yazılı iletişimde de seçilen yazı tipi de benzer bir işlev görmektedir. Bu açıdan yazı tipi tercihlerinin bilinçli olarak gerçekleştirilmesi mesajın karşı tarafa doğru ve etkili biçimde ulaşması açısından büyük önem arz etmektedir. Bu doğrultuda özellikle genç bireylerde farkındalık yaratmak amacı ile gerçekleştirilen uygulamaya 23 öğrenci katılmıştır. Uygulama sonunda yapılan likert tipi anket ve açık uçlu görüşme formu analiz edilerek bulgular alanyazından alıntılarla desteklenerek sunulmuştur.

**Anahtar sözcükler:** Tipografi, yazı tipi, organik tipografi, grafik tasarım, iletişim tasarımı

## THE IMPORTANCE OF FONTS IN COMMUNICATION

## Abstract

When writing a text, we consciously or unconsciously choose the font to be used. Many people are unaware of how important this choice is in terms of communication. However, just as the tone of voice and emphasis in verbal communication add a sincere, formal, angry, or sarcastic expression to the word "hello", the chosen font also functions similarly in written communication. In this respect, font choices' conscious realization is of great importance in delivering the message to the other party correctly and effectively. In this direction, 23 students participated in the application, which was carried out to raise awareness among young people. At the end of the application, the Likert-type questionnaire and open-ended interview form had analyzed, and the findings had presented with the support of excerpts from the literature.

**Keywords:** Typography, typefaces, organic typography, graphic design, communication design

\* Bu makale 29-31 Ekim 2015 tarihlerinde Antalya/ TÜRKİYE’ de düzenlenen Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Araştırmaları Konferansı’nda “EXPERIMENTAL TYPOGRAPHY IN COMPUTER ERA” ismiyle sunulan sözlü bildirinin genişletilmesi ile hazırlanmıştır.

\* Balıkesir University, Faculty of Fine Arts, Department of Graphic Arts. Orcid No: 0000-0002-7231-0329 oisir@live.com

\* İzmir Demokrasi University, Faculty of Fine Arts, Department of Graphic Design. Orcid No: 0000-0001-5740-336X cigdem.tanyelbasar@idu.edu.tr

\* Anadolu University, Faculty of Education, Department of Fine Arts Education. Orcid No:0000-0002-3282-5512 mince@anadolu.edu.tr

Araştırma Makalesi.

Sayfa Sayısı: 652-664

Makale Geliş Tarihi:13.02.2021

Makale Kabul Tarihi: 26.03.2021

Makale Yayın Tarihi: 05.05.2021

## 1. Giriş

Bir tipografik karakterin harfler sayılar, noktalama işaretleri ve diğer sembollerden oluşan dizisine font” adı verilir. Büyük harfler, küçük harfler, sayılar, noktalama işaretleri, matematiksel semboller, aksanlar ve logogramlar bir fontun temel unsurları olarak sıralanabilir (Becer, 2008: 177). Yazının binyıllar önce kil tabletler üzerinde başlattığı, baskının bulunmasıyla tipografiye devrettiği yolculuğu bugün dijital ortamda tipografinin temel öğeleri olan yazı karakterleri sürdürmektedir (Selamet, 1998: 2). 2000’li yıllarda ilerleyen teknoloji sayesinde imkanlar dahilinde bilgisayar hemen hemen her ofise/eve girmiş ve yeni teknoloji ile FontLab ve Fontographer gibi font tasarım programları geliştirilip tüm bilgisayarlara yüklenebilir hale gelmiştir. Artık tasarımcılar her işe uygun font üretebilme imkanına ulaşmıştır (Yıldız & Keş, 2015: 346). Ancak Tefvik Fikret Uçar günümüzde font değiştirmenin sadece birkaç tuşla gerçekleştirilebilecek kadar kolaylaşmasına rağmen her yerde birbirinin aynısı fontların kullanıldığına vurgu yapan şu sözleri kullanır:

“Çoğu kez tasarımcı baştan üretmek yerine tasarlanmış yazı karakterleri arasından doğru ve amaca uygun seçimleri yapar duruma geldi. Artık sözcükleri yazmak yerine tuşlar olduk. Zaman içinde farklı duyguları ve yapıları yansıtan binlerce ayrı yazı karakteri oluştu. Hatta çoğu kez bir metnin iletilmesinde alıcının mesajı nasıl görüntüleyeceğini bile bilemez duruma geldik. Bir SMS mesajının veya e postanın alıcı tarafından nasıl görüleceği onun tercihlerine bağlı artık. Bir mesajda seni seviyorum diyen bir aşğın sesi karşı tarafta comic sans, verdana, ariel bold veya couriel yazı karakterleri ile görüntülenebilir ve hepsi de farklı etkiler yaratabilir. Yaygınlaşan yazı karakterleri sıkça kullanılır hale geldi ve sıradanlaştı. Artık duygusal mesajlar vermek isteyen tasarımcılar aynı el yazısı temelli karakteri, ciddi konuları, yalın mesajlar halinde iletmek isteyenler ise aynı serifsiz yazı karakterlerini kullanmaya başladı” (2008: 144).

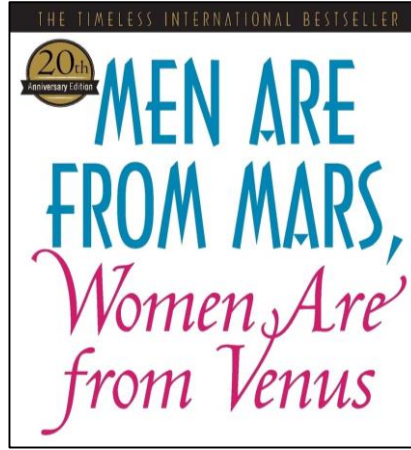
Oysa ki neredeyse insan ırklarının çeşitliliği kadar yazı çeşidi vardır ve yazılar tasarımlar arasında kolayca farklılıklar yapacak şekilde, insanların antropologlar tarafından türlere ayrıldığı gibi sınıflandırılmıştır (Selamet, 1995:53). Eric Spiekerman ve Ginger (2003: 43) “Stop Stealing Sheep & Find Out How Type Works” kitabında yazı fontlarını ayakkabılara benzetir:

“Kimse aynı ayakkabıları dans etmek, bir mil koşmak, dağa tırmanmak ve ofise yürümek için kullanmaz. Ayaklarınız hemen hemen aynı şekilde kalsa da yukarıdaki tüm görevleri ve daha fazlasını gerçekleştirmek için farklı destek, koruma veya geliştirmelere ihtiyaç duyarlar. Yani fontun pratik kullanımları vardır- yürüyebilir, koşabilir, atlayabilir, atlayabilir, tırmanabilir ve dans edebilirler.”

Peki fontlar duyguları da ifade edebilir mi? Yazı karakteri tasarımcısı Oded Ezer bize şu soruları yöneltir; “Tipografi farklı durumlarda nasıl davranır? Harfler mutluyken ne yapar? Utanmışken nasıl gözükürler? Bir harf dayak yediğinde ya da dövüldüğünde nasıl davranır?” (2005). Bir harfe yakından bakarsanız, fiziksel özelliklerini ifade edilen kişiliği görebilirsiniz: hafif veya ağır, yuvarlak veya kare, ince veya yapılı. Harfler askerler gibi birbirlerinin yanında hazır olda

durabilirler ya da bir çizgi üzerinde incelikle dans edebilirler (Spiekerman ve Ginger, 2003: 45). Öfkeyle bağırabilir, neşe saçabilir, gizemli ya da endişeli görünebilirler.

Başka bir gerçek de yazıların cinsiyetinin olabileceğidir. Çok etli ve çıkıntılı fontların genellikle eril olduğu, kaprisli ve daha ine kıvrımlı fontların da genellikle dişil olduğu düşünülür. Bunun mükemmel bir örneği John Gray'ın "Erkekler Mars'tan, Kadınlar Venüs'ten" (Şekil 1) kitabıdır. Bu kitapta tasarımcı Andrew Newman erkek hatları için Architectura, dişil hatları için de Centaur seçmiştir. Architectura'nın erkeksi durmasının sebebi uzun, sağlam, hafif uzay çağı havalı, ayakları yere sağlam basan ve amansız olmasıdır. Centaur bir boğayı düşündürten ismine rağmen, el yazısını andırır görüntüsü ve ince hatlarıyla son derece çekici ve zariftir (Garfield, 2012: 28). Ve erkeklerin marstan, kadınların venüsten geldiği fikrini karşı tarafa başarılı şekilde iletmek için sadece doğru yazı karakterlerini seçmek yeterli olmaktadır.



**Şekil 1.** John Gray, Erkekler Mars'tan, Kadınlar Venüs'ten kitap kapağı (<https://www.amazon.com/Men-Mars-Women-Venus-Understanding/dp/0060574216>)

Fontların hepsi istinasız notalar gibi farklı bir sese, tona, ritme sahiptirler. Çağrıştırmacı ve anımsatıcı güçleri vardır. Kullanılan fontlar aracılığıyla ciddi, resmi, samimi, inandırıcı, riyakâr, sadık, sağlam, sinirli, sakin, ihtişamlı, huzurlu, feminen vb. anlamlar yükleniriz (Igit, 2019: 85). Fontların farklı görevleri, cinsiyetleri ve duyguları taşıdığını artık biliyoruz. Peki doğru fontu nasıl seçeceğiz? Spiekerman ve Ginger, bir tasarım işi için yazı karakterleri seçmenin, bir yolculuk için bavul toplamakla çok benzer bir deneyim olduğunu söyler:

“Bildiğiniz bazı yazı tipleri var. Belirli koşullar altında nasıl davranacaklarını ve nerede olduklarını biliyorsunuz. Öte yandan, her zaman kullanmak istediğiniz moda türler de var, ancak bu işin denemek için doğru olup olmadığından emin değilsiniz. Bu, seyahatinizde hangi ayakkabıların alınacağını seçmek gibi- rahat olanlar yüksek moda seviyesinde değil, modaya uygun olanlar acıtıyor. Onlara kısa bir resepsiyon için katlanabilirsiniz, ancak alışveriş yapmak için ya da kırsal alanda yürüyüş yapmak için değil” (2003: 61).

Bu söyleme göre doğru fontu seçerken önümüzdeki göreve bakmamız gerekiyor. Bir iş toplantısına mı gidiyoruz yoksa bir düğün davetine mi? Kurumsal bir şirket için bülten tasarımı ile bir parti davetiyesinin tasarımı için font çantamıza aynı fontları alamayız. Peki ya bavulumuza yanlış fontları koyarsak?

Örneğin bir yasak tabelasını tasarlarırken, Impact ya da Arial Black gibi kalın çizgileri olan, dikkat gerektiren bir font uygun olur. Böyle bir mesajı Comic Sans’la dizmek gülünç olacaktır... tıpkı kravatla gidilecek bir yere palyaço kılığında gitmek gibi (Combs & Combs, 2020). Aslında bir *abece tasarımı* kavramıyla ele alındığı ve bir semboller takımı olarak kendi içinde bütünlüğü gözetildiği ve kurulduğu sürece (yani bir uzman, eğitilmiş ya da yetkin bir kişi tarafından tasarlandığı sürece) kötü font yoktur, fontun yanlış kullanımı vardır. Hangi font kullanılırsa kullanılsın önemli olan onun nasıl kullanıldığıdır. Gündelik yaşamda amatörlerce asıl tasarım amacına uygun kullanılmadığı için, Comic Sans’ın başına gelmedik kalmamıştır (Sarıkavak, 2017: 54). Peki Comic Sans neden kullanılmasının yasaklanması için manifestolar yazılıp, web siteleri açılacak kadar çok kullanılan bir font oldu? Yazı karakterinin yaratıcısının bu soruya cevabı “İnsanlar bu fontu seviyor çünkü bir yazı karakterine benzemiyor” şeklinde olmuştur. Simon Garfield’in söylediği gibi bu durum “dijital çağda bile harf hakkında pek bir şey bilmediğimizi ve aslında ondan korktuğumuzu gösteriyor. Karşımızda hayatımızın hep merkezinde yer almış bir şey var ama tıkladığımız menü bize amacımıza uygun yazı karakterini seçme fırsatı verdiği zaman, demek ki biz ilkokul çağımızı en çok hatırlatan seçeneğe yöneliyoruz” (2012: 28). Bu durum tarafımızdan büyük bir sorun olarak görülmüş ve araştırma kapsamında gerçekleştirilen atölye çalışmasının çıkış noktasını oluşturmuştur.

## 2. Yöntem

Çocukların farklı yazı tiplerini ayırt edebilmeleri, yazı tiplerinin üstlerinde nasıl kimlikler taşıdıklarına dikkat etmeleri ve buradan yola çıkarak grup çalışması ve iş birliği içinde kendi yazı tiplerini yaratmaları atölyenin içeriğini oluşturmuştur. Çünkü Uçar’ın (2008: 144) ifade ettiği üzere benzer biçimlerden sıyrılmamanın bir yolu da el ile tipografi yaratmak, kaligrafik arayışlara girmek, hatta organik biçimlerden faydalanarak hareketli, anlık harf formları yaratmaktır.

Çocukların; “İletişim nedir?”, “İnsanlarla ne şekillerde iletişim kurarız?”, “En sık kullandığımız iletişim türü nedir” gibi sorular üzerinde düşüncelerini ve tartışmalarını sağlamak, yazı tiplerinin farklı hisler verdiğini ve farklı durumlar için farklı yazı tipleri kullanılması gerektiğini göstermek, mesajı iletmek için iletişim biçimini doğru seçmenin önemini aktarmak ise atölyenin amaçları olarak belirlenmiştir. Çalışma 20 dakika sunum ve tartışma, 20 dakika düşünme

ve eskiz süresi, 1,5 saat uygulama, 30 dakika sunum ve 10 dakika anket doldurma olmak üzere toplam 2,5 saat süresinde ilköğretim 4. Sınıf öğrencisi olan toplam 23 katılımcı ile İstanbul Kemerburgaz Çocuk Üniversitesi bünyesinde gerçekleştirilmiştir.

**2.1. Uygulama süreci:** Öncelikle öğrencilerin 4 er - 5 er kişilik gruplar şeklinde oturmaları sağlanmıştır. Gruplar oluşturulurken kız-erkek oranının homojen bir yapıda olmasına özen gösterilmiştir. Bir giriş konuşması ile grafik tasarım disiplinin genel hatları çizildikten sonra öğrencilere “Kimler iletişim kurar? Kiminle kurarlar? Neden iletişim kurarlar? Hangi yollarla kurarlar?” soruları yöneltilerek öğrencilerden gelen yanıtlarla iletişimin tanımına ulaşmaları sağlanmıştır. Daha sonra yine soru-cevap şeklinde iletişim türleri konuşulmuştur. Yazılı iletişim konusuna gelindiğinde çocukların bilgisayar, cep telefonu veya kitaplar gibi basılı kaynaklarda farklı yazı türlerini fark edip fark etmedikleri öğrenilmiştir (Şekil 2).



Şekil 2. İletişim şeması

Çocuklara “Sizce neden farklı yazı karakterleri var?” diye bir soru yöneltildiğinde öğrencilerin biri söz alarak “daha iyi anlatabilmek için” cevabını vermesi yapılacak uygulamanın konusuna giriş yapılması adına güzel bir anahtar kelime olarak kullanılmıştır. Bu doğrultuda altı farklı fontla yazılmış “merhaba” kelimesi sırayla projeksiyon perdesine yansıtılmış (Şekil 3), bu fontların kendilerinde ne gibi duygular oluşturduğu ve fontlar arasında ne gibi farklılıklar fark edebildikleri çocuklarla tartışılmıştır.

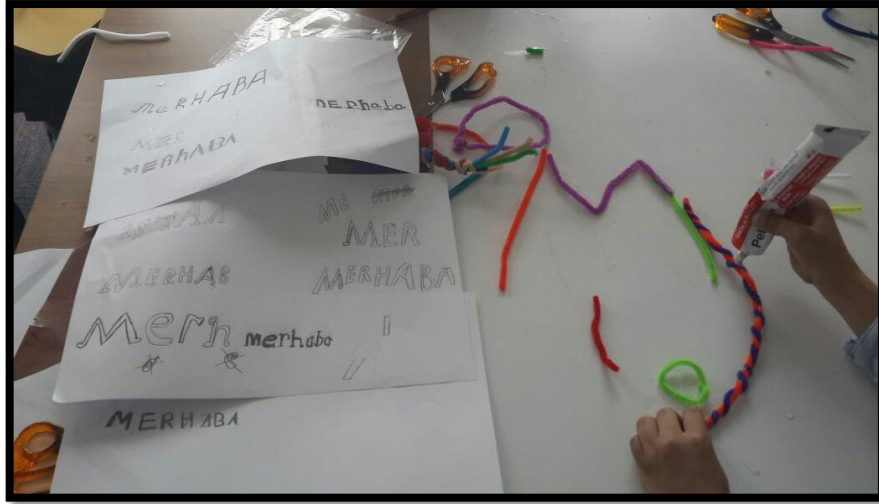


Şekil 3. Atölye çalışmasında öğrencilere gösterilen fontlar

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

Aynı kelime farklı şekillerde yazıldığında ne kadar farklı şeyler hissettirdiği, öğretmene ödev hazırlarken veya arkadaşımızın doğum gününü kutlarken aynı yazı tipini kullanmanın, vermek istediğimiz mesajı sağlıklı bir şekilde yansıtmayacağı örneklerle açıklanmıştır. Daha sonra “Peki siz bir yazı tipi hazırlasaydınız nasıl bir yazı tipi tasarladınız?” sorusu ile atölye çalışmasının uygulama kısmına geçiş yapılmıştır. Öğrencilerin bu soru karşısında çok heyecanlandıkları gözlemlenmiştir. Öğrencilere kısaca atölyenin nasıl işleyeceği hakkında bilgi verildikten sonra nasıl bir font tasarlayacaklarını tartışabilmeleri ve eskiz yapabilmeleri için 25 dakika süre verilmiştir. Atölye yürütücüsü de her grupta 5'er dakika vakit geçirerek tasarladıkları yazı tiplerini nasıl uygulayabilecekleri, hangi malzemenin daha uygun olabileceği gibi konularda yardımcı olacak önerilerde bulunmuştur. Gruplar yaptıkları eskizler arasından uygulamak istedikleri yazı tipini ve malzemeyi seçtikten sonra uygulama aşamasına geçmişlerdir (Şekil 4).



**Şekil 4.** Grubun yazı fontu eskizleri ve üretim aşamaları

Grupların uygulamayı iş bölümü ile gerçekleştirmelerine dikkat edilmiş ve her çocuğun grup içinde aktif görev alması sağlanmıştır (Şekil 5). Yaşanılan problemleri ve anlaşmazlıkları aşabilmeleri için grup olarak çalışmalarını desteklenmiştir.



Şekil 5. Öğrencilerin çalışma aşaması

Malzemeler ile çalışırken çocukların zorlandıkları ya da tehlikeli olabilecek teknik konularda gönüllü üniversite öğrencileri çocuklara destek olmuştur. Öğrenciler tasarladıkları çalışmalarını uygulamaya geçirirken bazı problemler yaşamışlardır. Bir grup seçtikleri malzemenin fontlarına uygun olmadığını anlayınca oy birliği ile malzemeyi değiştirmeye karar vermişlerdir. Başka bir grup ise fontlarını kullandıkları malzemeye göre daha uygun hale getirmeyi tercih ederek sorunu aşmıştır (Şekil 6).



Şekil 6. Atölye çalışmasında öğrencilerin ürettikleri yazı tasarımları

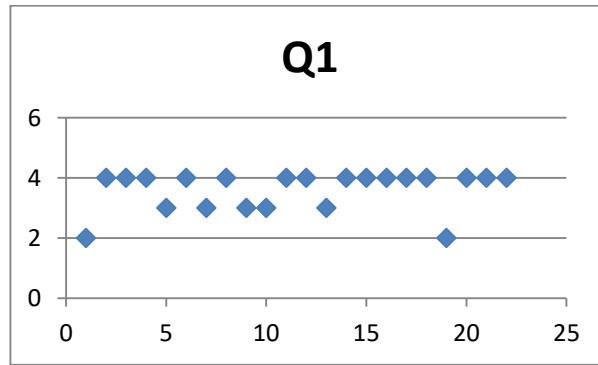
Uygulama sonunda ise her grubun bir sözcü seçmesi istenmiş, çalışmalarını da tüm sınıfa göstererek nasıl bir yazı tipi tasarladıkları, nasıl bir düşünme ve karar verme süreci yaşadıkları, ne gibi problemler yaşadıkları ve bunları nasıl çözdükleri her bir grup tarafından sunulmuştur. Gruplar çalışmalarını anlatırken çalışmalarını iş bölümü ve grup çalışması içerisinde gerçekleştirdiklerini vurgulamışlardır.

### 3. Bulgular ve Yorumlar

Etkinlik sonunda öğrencilere likert tipi olarak hazırlanmış bir eğitim bitiş anketi uygulanmıştır. Likert tipi anket ile elde edilen bulgular açık uçlu soruların yöneltildiği bir görüşme formu ile desteklenmiştir. Likert tipi anket “hiç”, “az”, “biraz” ve “çok fazla” olmak üzere olmak üzere dört kategoride ölçeklenmiştir. Ölçek uygulandıktan sonra cümleler “Çok fazla” kategorisinden başlayarak sırayla 4, 3, 2, 1 olarak puanlanmıştır. Ankette yer alan son iki soru ise “evet”, “hayır”, “kısmen” olmak üzere olmak üzere üç kategoride ölçeklenmiş ve “evet” kategorisinden başlayarak sırayla 1, 2, 3 olarak puanlanmıştır.

Yapılan likert tipi ankette öğrencilere eğitimden sonra konuyu ne kadar öğrendikleri sorulmuş, 23 öğrenciden 15’i konuyu “çok iyi” bildiklerini, 5’i ise konuyu “iyi” bildiklerini belirtmişlerdir (Tablo 1).

**Tablo 1. “Eğitimden Sonra Konuyu Ne Kadar Öğrendin?” Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı**



Likert tipi ankette sorulan sorulara daha derinlemesine cevaplar alabilmek için bir de açık uçlu anket uygulanmış ve öğrencilere “Bu etkinlikte neler öğrendin?” sorusu yöneltilmiştir. Öğrencilerin çoğunluğunun verdikleri yanıtlar iki kategoride toplanmaktadır. İlk kategori atölye çalışmasının direkt konusu ile ilgili olan cevapları içermektedir; “Yazı tiplerini öğrendim”, “Yazının ne kadar önemli olduğunu öğrendim”, “İletişim ve grafik tasarımcısı öğrendim”, “İletişimi öğrendim”, “Yazıların şeklini ve iletişimi öğrendim”, “Yazıların şeklini”, “Yazı tiplerini öğrendim”, “Bu etkinlikte sözlü iletişim ve grafik tasarımcılığını öğrendim”, “Yazı tiplerini öğrendim”, “Yazı tiplerini”, “İletişim kurma”, “Yazı şekillerini”, “Yazı tiplerini”. Burada verilen cevaplar likert tipi ankette konuyu ne kadar öğrendin sorusuna verilen cevapları doğrular niteliktedir. Öğrencilerin konuyu dinledikleri ve anladıkları yaptıkları uygulamanın yanı sıra verdikleri yanıtlardan da görülebilmektedir. Diğer dört öğrencinin “Takım çalışmasını öğrendim”, “Grup çalışmasını”, “Grup

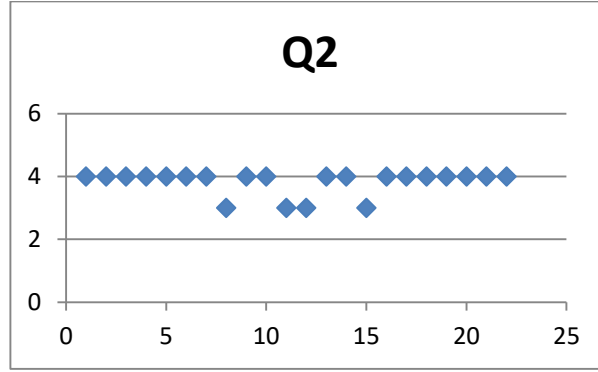


... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

çalışmalarını”, “İş birliğini öğrendim” cevapları ise atölyede öğrencilerin grup çalışması yapabilmeye ve iş birliği halinde çalışabilme becerilerinin desteklenmesi amacı ile örtüşür niteliktedir.

Konu senin için ne kadar ilgi çekiciydi sorusuna öğrencilerin 19’u “çok fazla” cevabını vererek konuyu oldukça ilgi çekici bulduklarını göstermişlerdir (Tablo 2).

**Tablo 2. “Konu Senin İçin Ne Kadar İlgi Çekiciydi?” Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı**



Açık uçlu ankette sorulan “Bu etkinlikten en çok aklında kalan ne oldu” sorusuna verilen; “Arkadaşlarımla tasarım yapmayı öğrenmek”, “Yazı tipi”, “Grup çalışması”, “Sanat yapmak”, “Yazı tipleri”, “Yazı tipleri aklımda kaldı”, “Harflerdi”, “Yazı tipleriydi”, “Değişik şekilde kelimelerin değişik anlamları olması”, “Harflerdi”, “Merhaba yazısı”, “Grup çalışması”, “Harfler”, “Merhaba” yanıtlarının atölyenin konusu ile ilgili olduğu görülmektedir. Bir öğrenci ise “Zorlukları yenmemizdi” cevabı ile atölyede yaşadığı süreçten bahsetmiştir. Konunun ilgi çekici bulunması öğrencilerin aklında kalması ile ilintili olduğuna inanılmaktadır. Bu yüzden konuyu çocuklar için ilgi çekici hale getirebilmek amacıyla çocukların bağlantı kurabilecekleri kullandıkları ve günlük yaşantılarında karşılaştıkları grafik tasarım ürünlerinden örnekler vererek konuyu içselleştirmeleri ve ilgi çekici bulmaları sağlanmaya çalışılmıştır. Öğrencilerin yaş grubu göz önünde bulundurularak sıkılmamaları ve konudan soğumamaları için teorik bilgiler oldukça sadeleştirilmiş ve kısa tutulmuştur. Öğrencilerin uygulama yapacakları süre ise mümkün olduğunca uzun tutulmuş ve öğrencilerin bu tasarım ve uygulama süreçlerinden öğrenmeleri arzulanmıştır.

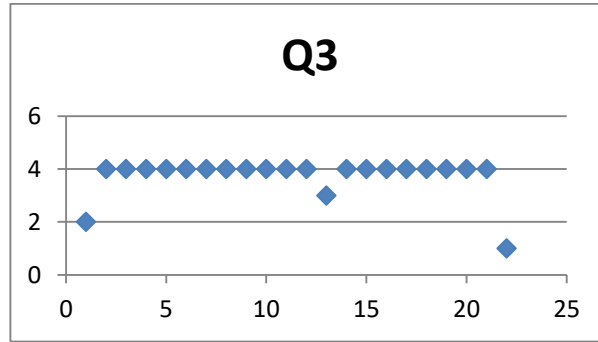
Yapılan uygulama sonucu ortaya çıkan grup çalışması hakkında ne düşündükleri sorulduğunda ise “çok başarılı olduğumu”, “çok mutluyum”, “çok beğendim”, “çok güzeldi”, “memnunum”, “mutluyum”, “çok iyi oldu”, “çok eğlenceliydi”, “arkadaşlarımız bizi beğendi”, “başaramayacağımızı düşünüyordum ama çok iyi yaptık”, “herkes çok güzel yaptı, gurur duyuyorum”, “çok güzel. Başaracağımı hiç bilmiyordum” gibi cevaplar vermişlerdir. Çalışmalarını

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

çok beğendikleri için bırakmak istememeleri ve okullarında sergilemeyi çok istediklerinden dolayı yanlarında götürmek için izin istemeleri bu görüşlerini doğrular niteliktedir.

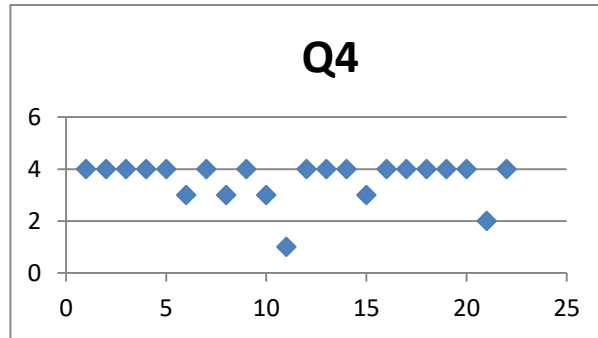
Eğitim ve organizasyon ile ilgili sorulan “Eğitim bilgisi açıklıkla sunuldu mu?”, “Sunulan eğitim materyalleri (görsel, anlatım) yararlı oldu mu?”, “Atölye öğretmeni nasıl öğretti?”, “Eğitimin organizasyonu yeterli miydi?” sorularına verilen yanıtlar öğrencilerin eğitimin yapısını ve organizasyonunu oldukça yeterli bulduğunu göstermektedir (Tablo 3).

**Tablo 3. “Eğitim Bilgisi Açıklıkla Sunuldu Mu?” Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı**



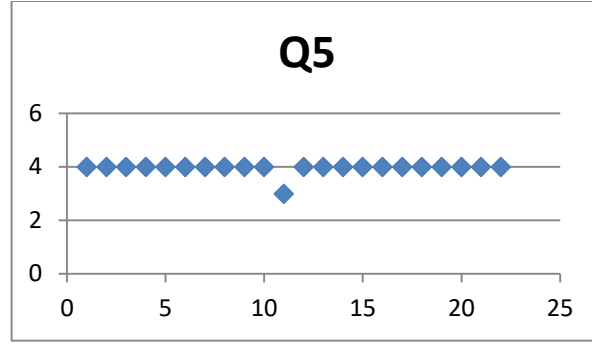
Verilen yanıtlar doğrultusunda öğrenciler eğitim bilgisinin açıklıkla sunulduğunu düşündüklerini belirtmişlerdir.

**Tablo 4. “Sunulan Eğitim Materyalleri (Görsel, Anlatım) Yararlı Oldu Mu?” Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı**



Sunulan eğitim materyalleri çoğunluk olarak yeterli bulunmakla birlikte geliştirilebilir olduğunu düşünen 5 öğrenci olmuştur (Tablo 4). Atölye yürütücüsünün öğretimini ise öğrenciler çok iyi bulduklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 5. “Atölye Öğretmeni Nasıl Öğretti?” Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı



Bu çalışmaya dair değerlendirmeleri sorulduğunda 22 öğrenci “çok iyi”, 2 öğrenci de “iyi” yanıtını vermiştir (Tablo 5). Yapılan açık uçlu ankette de benzer şekilde öğrencilerin tamamı etkinlikte sevmedikleri bir yön bulunmadığını belirtmişlerdir. “Tekrar böyle bir etkinliğe katılmak ister misin?” sorusuna ise öğrencilerin tamamı “evet”, “çok isterim” yanıtlarını vermişlerdir.

### Sonuç

Gerçekleştirilen atölye çalışmasında öğrenci memnuniyetinin çok yüksek olduğu, bir atölye çalışması daha gerçekleştirilirse öğrencilerin tekrar katılmak istedikleri görülmüştür. Öğrenciler iletişim, yazı tipleri ve tasarım hakkında bilgiler edindiklerini belirtirken grup çalışması ve iş birliğine de oldukça vurgu yapmışlardır. Yaptıkları çalışma ile gurur duydukları ve ilk başta yapabileceklerine inanmadıkları ama artık kendilerine güvendikleri hem çocuklar tarafından hem de atölye çalışmasına gözlemci olarak katılan sınıf öğretmenleri tarafından dile getirilmiştir. Yapılan anketlerin sonuçları ve çalışmanın video kayıtları incelendiğinde; farklı yazı tipleri olduğu ve bu yazı tiplerinin bir mesaj iletirken farklı anlamlar taşıyabilecekleri konusunda farkındalık yaratıldığı, öğrencilerin grup çalışması yapabilme, iş bölümü ve problem çözme becerilerine katkı sağlandığı, tasarlama ve onu gerçekleştirme süreçlerinin deneyimlemesi, çalışmalarını sunma ve kendilerini ifade etme yeteneklerini geliştirme açısından uygulamanın amacına ulaştığına inanılmaktadır. Bu amaçlara ulaşmak şu açıdan önemli görülmektedir;

Kaiser Family Foundation’ın 8-18 yaş aralığındaki iki binden fazla Amerikalı ile yaptığı ankete göre; söz konusu yaş grubu, 1999 yılında günde altı saat yirmi dakika iletişim araçlarını kullanmaktadır. Anketin sonuçlarını yorumlayanlar, iletişim araçlarını daha uzun süre kullanmanın neredeyse mümkün olmadığı belirtmiştir. Kaiser Family Foundation 2009’da aynı anketi bir kez daha yapmış ve günlük toplam medya kullanımının şaşırtıcı biçimde %20’den fazla artış göstererek yedi saat kırk dakikaya çıktığı sonucuna ulaşmıştır. Aynı anda birden çok aletin kullanılması hesaba katıldığında; toplam medya kullanımı günde yaklaşık on saat kırk beş dakikaya ulaşmıştır.

Günümüzde, çoğu insanın varsayılan günlük davranışlarından en azından birinin kişiselleştirilmiş medya türüne bağlanmak olduğu ilk defa söylenebilmektedir. Yüzyıldan kısa bir süre önce canlı radyo yayını bir mucize olarak görülürken, bugün bilincimizin açık olduğu sürenin büyük kısmını dünyaya kendimize ait canlı bağlantımız aracılığıyla bağlantılı olarak geçirmemiz sıradanlaşmış durumdadır (Chatfield, 2013: 35).

Sonuç olarak bilgi çağında yazı ile iletişimin kullanılması önceki dönemlerde hiç olmadığı kadar artmıştır. Artık bilimsel araştırmalarımızı internet üzerinden yapıyor, ödevlerimizi bilgisayarlar vasıtası ile raporluyor ve yayınlıyoruz. Bir edebiyat eserini e-book readerımızla okuyor, kitabı internet üzerinden eleştiriyoruz. Haberleri okuyabiliyor, fikirlerimizi sosyal medya üzerinden tüm dünya ile anında paylaşabiliyor, bir ünlüyü, siyasetçiyi ya da yazarı takip edebiliyoruz. İnternet radyoları üzerinden müzik dinleyebiliyor, tiyatro biletimizi internet üzerinden alıyor ve bir filme gitmeden önce kaç puan aldığımızı öğreniyoruz. İş ile ilgili konuları mail üzerinden hallediyor ve sevdiğimizle mesajlaşarak haberleşiyoruz. Ancak yazılı iletişimi bu kadar çok kullanırken, mesajlarımızı taşıyan tipografiye çok az özen gösteriyoruz. Oysa ki tipografi çok yönlü yapısıyla dinamik bir iletişim aracıdır. Tipografik unsurlar, okudukları ve sözle yorumlandıkları sırada izlenmekte, görsel olarak algılanmakta, duyulmakta ve işitsel olarak yorumlanabilmektedir.

Günümüz insanı, tipografik mesaj bombardımanı altındadır. Bu yoğunluk görsel kirliliğe neden olmakta, birçok tipografik mesaj işlevini yitirmektedir (Becer, 2008: 184). Yazı karakteri seçimi ile yalnızca tasarımın genel havasını tamamlamakla kalmayıp, ilk bakışta bile mesajı doğru biçimde iletebilecek etkili bir iletişim sağlamak mümkün olabilmektedir. Yazının fiziksel özellikleri ve bu özelliklerin söylenen söze uyup uymaması yani başka bir deyişle tipografik çağrışımın mesaja örtüşüp örtüşmemesi ile rezonans kuvvetlendirilebilmektedir. Tipografi düşüncelerimizi sunmak için onları giydirmemizdir. Her bir stil çeşitlendirilebilir ama görünüş ortama, çevreye uygun olmalı onun ruhunu taşımalıdır. Bu durumda yazı karakteri seçiminin önemsiz olduğunu düşünmek imkansızdır (Keleoğlu, 2008: 46). Bu yüzden çocukların daha erken yaşlarda tipografi ile tanışmaları, gelecekte doğru ve etkili biçimde iletişim kurabilen topluluklar oluşması açısından oldukça önemlidir.

### **Kaynakça**

Becer, E. (2008). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi.

Chatfield, T. (2013). *Dijital Çağa Nasıl Uyum Sağlarız*. İstanbul: Sel Yayıncılık.

Combs, H., & Combs, D. (2020). *Ban Comic Sans Manifesto*. [www.1000manifestos.com/ban-comic-sans/](http://www.1000manifestos.com/ban-comic-sans/) adresinden 07.03.2020 tarihinde alındı.

- Ezer, O. (2005). “GRAFİST 9”, *GRAFİST 9 Tasarım Günleri Kitapçığı* içinde. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Üniversitesi Grafik Tasarım Bölümü Yayınları.
- Garfield, S. (2012). Tam Benim Tipim. İstanbul: Domingo.
- Iğit, A. (2019). *Tipografik Karakterler Aracılığıyla Kimliğin İfşası*. The Turkish Online Journal of Design, Cilt:9, Sayı:2 s. 78-89.
- Keleoğlu, B. (2008). *Grafik Tasarımda Tipografinin Sesi, Sesin Tipografisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Grafik Anasanat Dalı.
- Sarıkavak, N. K. (2017). *Kaligrafik ve Tipografik Deneysel Tasarımlar*. İstanbul: Hayalperest Yayınevi.
- Selamet, S. (1995). *Grafik Tasarım Öğesi Olarak Tipografi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Grafik Anasanat Dalı.
- Selamet, S. (1998). *Tarihsel Gelişim Süreçleri, Anatomik Yapıları, Stilistik Özellikleri, Kullanım Amaçları Ve Taşıdıkları İmajlar Göz Önünde Bulundurularak Yazı Karakterlerinin Sınıflandırılması*. Yayımlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Grafik Anasanat Dalı.
- Spiekerman, E.; Ginger, E. M. (2003). *Stop Stealing Sheep & Find Out How Type Works*. United States of America: Adobe Press.
- Uçar, T. F. (2008). “Bilgisayar Çağında Organik Tipografi”. *GRAFİST 12 Tasarım Günleri Kitapçığı* içinde. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Üniversitesi Grafik Tasarım Bölümü Yayınları, s. 144-145.
- Yıldız, M., & Keş, Y. (2015). “Grafik Tasarımda Yeni Nesil Font Tasarımı”, *SDÜ ART-E Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi*, Cilt 8, Sayı 16, s. 331-349.

**MICHEL FOUCAULT’NUN XIX. YÜZYILDA BİR AİLE CİNAYETİ ADLI ESERİNDE  
ANTI-KAHRAMAN ELEŞTİRİSİ****Doç. Dr. Özlem ÖZEN\*****Meltem ERÇİN\*\*****ÖZET**

İkinci Dünya Savaşı’nın ardından gerçeklik kavramı sorgulanmaya başlanmış, gelişen teknoloji ve yeni yaşam düzeniyle birlikte edebiyatta ve birçok alanda postmodernizm kavramı ortaya çıkmıştır. Bilindiği gibi, postmodernizm, modernizme karşı bir eleştiri getirmiş ve onu sorgulamıştır. Katı ve kesin kuralları ortadan kaldıran Postmodernizm edebiyat eserinin sınırlarını da sorgulamış ve yeni yaklaşımları tartışmaya açmıştır. Edebi eserde yeni tarihselcilik, parodi, pastiş, üstkurmaca ve anti-kahraman gibi kavramlar görülmektedir. Böylece postmodern bir yaklaşımla eserde bütünlük ve düzen ortadan kalkmış, bir parçalanmışlıktan söz edilmeye başlanmıştır. Bu çalışmada Michel Foucault’nun *XIX. Yüzyılda Bir Aile Cinayeti/ Annemi, kız kardeşimi, erkek kardeşimi katleden ben, Pierre Riviere* adlı eseri, okurmerkezlilik temel alınarak, postmodernist bir yaklaşımla eleştirilmeye çalışılacaktır. Bu eser, postmodern bir eser niteliği taşıdığı için postmodernizm kavramına ve eserin yapısına kısaca değinilecektir. İncelenen eser, raporlardan bir bütün ortaya koyacak şekilde oluşturulmuştur. Bu nedenle modernist eserdeki normal bir kurgu düzeni yerine postmodern bir özellik taşımaktadır. Foucault iktidar, beden, özne ve özgürlük gibi kavramları tartışmaya açmıştır; dolayısıyla eserlerinde bahsedilen kavramları iktidarın yaşamın her alanında bir gözlemci niteliğinde yer aldığı görüşü ile ortaya koymuştur. Foucault ve onun iktidar kavramına değinilerek bu çalışmada amaçlanan, iktidar, beden, özne, özgürlük gibi kavramlara yaklaşımını ortaya koyarak bir anti-kahraman eleştirisi yapmaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Postmodernizm, Foucault, İktidar, Anti-kahraman, Özne**CRITICISM OF ANTI-HERO IN MICHEL FOUCAULT’S A CASE OF PARRACIDE IN  
THE 19TH CENTURY****ABSTRACT**

After the Second World War, the concept of reality was questioned, there were developments in technology, and the concept of postmodern emerged in literature and in many fields after the new life order. As is known, postmodernism criticized and questioned modernism. Postmodernism has abolished strict rules, questioned the boundaries of literature and brought a new approach. Concepts such as new historicism, parody, pastiche, metafiction and anti-hero have started to be used in literary works. Postmodernism has eliminated order and integrity in literary works and fragmentation has been brought forward. In this study, Michel Foucault’s work called *A Case of Parricide In the 19th Century/ I, Pierre Riviere, having slaughtered my mother, my sister, and my brother* will be criticized and reader-centered approach will be used in a postmodern context. This work has the characteristics of a postmodern work. Therefore, the concept of postmodernism and the features of postmodern work will be briefly discussed. This work consists of reports and has no fictional elements found in a modernist work. Foucault discusses power, body, subject and freedom;

\* Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, ORCID:0000-0003-2163-8823, ozlemganozen@gmail.com

\*\* Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Yüksek Lisans Öğrencisi, ORCID: 0000-0002-6358-1808, ercinmeltem60@gmail.com

Derleme Makale.

Sayfa Sayısı: 665-679

Makale Geliş Tarihi:19.02.2021

Makale Kabul Tarihi: 30.03.2021

Makale Yayın Tarihi: 05.05.2021

therefore, he deals with these concepts in his works related with the issue of power. Thus, he has asserted the view that power is an observer in all areas of life. Referring to Foucault and his concept of power, the aim of this study is to make an anti-hero critique by revealing his approach to concepts such as power, body, subject and freedom.

**Keywords:** Postmodernism, Foucault, Power, Anti-hero, Subject

## GİRİŞ

İkinci Dünya Savaşı sonrası siyasi ve sosyal durum, edebiyatta postmodernizm kavramını doğurmuştur. Söz konusu postmodernizm kavramı yazın çerçevesinde ele alınacaktır. Yoksa postmodernizm farklı sanat dallarında daha eski tarihlerde kendinden söz ettirmiştir. ‘‘Postmodern teriminin ilk kullanımı 1947’ye kadar geri gider. Terim, önceleri yalnızca mimari alanında geçerliydi. 1960’larda Hassan’ın çalışmalarıyla kapsamı genişledi’’ (Erkman Akerson, 2019: 218). Postmodernizmi, modernizmin bir devamı gibi düşünmemek gerekir. Modernizmin bireyi ön plana çıkarma ve hümanizm anlayışı bu yeni kavramla yerini özneye ve yazına bırakacaktır. Bir nevi yazarın ön planda olmadığı bir yazın anlayışı denilebilir. Postmodernizm savaş sonrasında sosyal yaşamdaki dağılımlık ve kopmuşluk durumunun yansımasıdır. Teknoloji ile paralel olarak sosyal yaşamda ve edebiyatta bir değişim söz konusuydu. Yazında sınırların ortadan kaldırılması, türlerin iç içe geçmesi ve kuraldışı olarak kendini gösteren postmodernizm parodi, pastiş, metinlerarasılık, yapıbozum, anti-kahraman, türlerarasılık gibi birçok kavramı beraberinde getirmiştir. Bu çalışmada postmodern bir kavram olan okurmerkezlilik esas alınarak anti-kahraman incelemesi yapılacaktır.

Postmodernistler, metin merkezli düşünmede o kadar ileri giderler ki, metnin yazarı konusunda bile şüpheye düşülür. Bir anlamda, metnin yazılırken değil, okunurken yazıldığını düşünürler. Yani, her yorum bir *yazma* anlamına gelir: ‘‘Okur-yönelimli post-modernizm, anlamın bir metnin üretimi sırasında (yazarla birlikte) *değil*, alımlanışı sırasında (okurla birlikte) doğduğunu ima eder (Emre, 2006: 100).

Postmodernizm, ilk olarak, yazında yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren kendini göstermiştir. Postmodernizm bir bakıma yazarı öldürür. Anlam metnin dışına taşınır. Bu kavram, yazarın sık sık araya girdiği ve okuyucusuyla sohbet edencesine yazdıklarına müdahale ettiği, üstkurmacayı kullandığı, anlatı içinde anlatı yöntemiyle yeni bir yazın anlayışı ortaya koyduğu bir yaklaşımdır. Postmodernizm, özellikle kendinden önce yazılmış olan metinlere veya sanat eserlerine açık ya da dolaylı olarak atıfta bulunur. Postmodernizm alışlagelmiş metin düzenini alaşağı eder. Birçok eleştirmen biçimsel, konusal, doğrudan veya bunların tümü bir arada yorumlanarak eskiden yapılmış olan sanatlara ve yazına göndermeden, yapıtlara selam vermekten söz eder. Günümüzde postmodernizm, kimilerince beğenilen kimilerince eleştirilen bir kavram olsa

da yeni bir çağı başlatmıştır. Yazında artık birey merkezilik ve tanrısal odaklı söylem, okuyucu için sonlu bir okuma anlayışı yoktur. Artık çok sesli ve açık yapıtlardan söz edilmektedir. Çünkü hayat da postmodern kavramı gibi çoksesli ve karmaşık bir şekilde devam etmektedir. İdeolojilerden ve onların sınırlarından söz etmek yerine bunları geçmişe dönük tartışmalar ve sorunsallaştırmalar olarak ele alan postmodernizm ile gerçeklik kavramından şüphe duyulur. Bu konuda Baudrillard bir hipergerçeklikten söz eder. İsmet Emre Baudrillard'ın bu yaklaşımını *Postmodernizm ve Edebiyat* kitabında şu şekilde açar:

Baudrillard, modernizmin bu aşırıya vardırılmış halini "hiper gerçek" olarak niteler. Ona göre modern-sonrası dönemin en belirgin özelliği, o güne kadarki anlayışın çok dışında bir gerçekliğe sahip olmasıdır. Artık hiçbir şeyin aslının kalmadığı kopyanın bile kopyasının egemen olduğu, özgünlüğünü ve aurasını yitirmiş bir dünyada yaşamaktayız. Bu, bir simülakrlar ve simülasyon durumudur. Simülasyon, "gerçeğin yerini almış modeller" bütünüdür. Bunun anlamı ise, postmodern süreçte gerçek diye bir şeyin kalmadığı, gerçeğin temsilcisi olarak ortaya çıkan bir göstergeler dünyasının bunun yerine geçtiğidir (Emre, 2006: 1).

Modernizmin ve daha önceki sanat akımlarının gerçekliğinden farklı bir gerçeklikten söz eder. Onun gerçekliği şüpheciliktir. Bununla birlikte her şey yıkılır ve bozulur böylece çarpık bir yapı ortaya konur. Bu konuda "Foucault da parçalanmış, bütünlüğünü yitirmiş ve merkez olmaktan çıkmış bir yazar-öznenin varlığına işaret eder" (Emre, 2006: 90). Postmodernizmle birlikte birey değil özne söz konusudur. Bir özne olarak yazar yıkımın ve çarpıklığın kaynağıdır. "Çelişkilerin kaynağı, yazarın onların bilincinde olduğu ya da olmadığı hep yazarın çelişkili düşüncelerine ya da arzularına atfedilir" (Emre, 2006: 90). Özne, birey kadar ön planda olmayan bulanık bir öznedir. Bu gerçeklik okuyucuda şok etkisi yaratır. Okur, okuduğu karşısında sarsılır. Yazar artık yoktur; veya yazar okuyucu olmuştur. Çünkü postmodernizmde dil çokanlamlıdır. Çokanlamlılık metnin tekdüze anlamı ve yapısı olmayacağına işaret eder. Postmodern yapıtta tek anlam ve tek gerçeklikten söz etmek olanaksızdır. Postmodern metin açıktır, okur metni istediği gibi okuyabilir ve istediği gibi tamamlayabilir. Kesin bir sonu ve gidişatı yoktur. Olay örgüsü kopuk ve doldurulmayı bekleyen boşluklarla doludur, neden sonuç ilişkisi yoktur. Metnin hangi zaman diliminde geçtiğini anlamak güçtür. Postmodern eserin bu yapısı, her okurun kendi anlam dünyasını yaratmasını sağlar. İşte bu çok anlamlı yapı okurun algısıyla mümkündür. "İser'e göre anlam, metnin içinde potansiyel olarak vardı. Okurun görevi onu ortaya çıkartmaktır. Jauss'a göre ise anlamı oluşturan şey farklı dönemlerin okurda oluşturduğu beklentiler ufkuydu" (Kavalcı, 2017: 64). Postmodern metinde belirlenmiş zaman ve mekân algısı yoktur; çünkü bu kavramlar sınırlayıcı



bir etmen olarak görülür. Olay örgüsü, kurgu, zaman ve mekân gibi kavramlar parçalanmış şekilde sunulur. Mekân, özellikle Foucault için iktidar ilişkisinin gözlemlenebilir şeklidir ve kapatma ile ilişkilendirilir. Postmodern metin bir kaostur. Kahramanlar yerini anormal ve devingen, sıradan ve durağan olmanın tersine gelişime açık ve farkındalık seviyesi yüksek anti-kahramanlara bırakır. Postmodern eserde tek tek kişilerin bakış açısı yerine birbiri içine geçmiş bakış açıları görülür. Nietzsche'nin tüm algıları yıkarak Tanrı'nın ölümünden bahsetmesi gibi bir parçalanmışlık söz konusudur: "Yaratmanın ön koşulu olarak yıkmayı gördüğü için böyle bir saldırıda bulunmuştu" (Gül, 2016: 103). Parçalanmışlık içinde Foucault'nun da söylediği gibi kimin konuştuğunun önemi yoktur. Önemli olan parçalanmış metinlerdir. Dolayısıyla, Foucault yazarı da sorgular. Foucault'un anti-kahramanı Pierre Riviere'i ve merkezileşmekten uzaklaşmış yazar-özne ilişkisini nasıl ele aldığını anlamak için kısaca Foucault'nun hayatına ve ele aldığı konulara yer vermek gerekir.

### 1. Michel Foucault ve Özne, İktidar ve Özgürlük Kavramları

Foucault'nun *Özne ve İktidar* adlı eserinde hayatıyla ilgili geniş bilgiler yer almaktadır. Özellikle iktidar, özgürlük ve özne gibi kavramlara olan farklı yaklaşımıyla tanınan Foucault 1926'da Fransa Politiers'de doğmuştur. Yine Fransa'da 1984 yılında vefat etmiştir. Bu sürede, *Cinselliğin Tarihi*, *Hapishanenin Doğuşu*, *Deliliğin Tarihi* gibi birçok kitap yazmıştır. Fransa'da felsefe ve psikoloji eğitimi alan Foucault, 1949 yılında psikolojide lisans derecesini elde etmiştir (bkz. Foucault, 2019: 7). Hastanelerde psikolog olarak çalışmıştır. Psikopatoloji ve deneysel psikoloji diplomaları alan Foucault, İsveç'ten döndükten sonra Clermont-Ferrand Üniversitesi'nde psikoloji dersleri vermeye başlamıştır. Bir süre Tunus Üniversitesi'nde felsefe profesörlüğü yapmış, Paris'e döndükten sonra Vincennes Üniversitesi'nde felsefe bölümünün başına geçmiştir. 1973'te Liberation gazetesinin kuruluşuna katılmıştır (bkz. Foucault, 2019: 8-9). Foucault'nun üstünde en çok durduğu kavramlardan biri, her türlü insan ilişkisine yani ikili ilişkiye dayalı bir iktidar kavramıdır. Foucault'nun bu kavramı ele almasının sebebi, tanımların yetersiz olmasıdır. Ona göre iktidar ilişki ile açıklanmalıdır. İki kişi arasındaki iletişimde birinin diğerinin davranışlarını yönettiği bir ilişki iktidar olarak görülmelidir. Yani iktidar iletişim ilişkisidir.

İnsanların insanlar tarafından yönetilmesi (bunlar ister büyük ister küçük gruplar olsun; iktidar ister erkekler tarafından kadınlar üzerinde, yetişkinler tarafından çocuklar üzerinde, bir sınıf tarafından başka bir sınıf üzerinde, isterse bürokrasi tarafından bütün bir nüfus üzerinde uygulansın) belli bir rasyonalite türü gerektirir. Ancak araçsal şiddet gerektirmez (Foucault, 2019: 55).

... Foucault'nun bahsettiği iktidar ilişkisi davranışlara yön verir ve bir amaç doğrultusunda kişilerin davranışları belirlenir. Foucault, yirminci yüzyıla kadar iktidarın bedene egemen olmasına dair bir algıdan söz eder. Bunun temel sebeplerinden biri kapitalist sistemin getirdiği yaşam ve üretim şeklidir. On sekizinci yüzyıla kadar hapishane, fabrika, hastane gibi kurumların varlığının olmadığını söyler. Bu kurumları denetim merkezi olarak ele alır. Foucault suç ve suça eğilim konusunda hapishanelerle akıl hastaneleri arasında benzerlik kurar. Normal ve anormali sorgular. Foucault'nun vurgulamak istediği konu ıslahattır. Yazar, sadece bu kurumlar kapsamında değil, sosyal düzende de gözetimden söz eder. Bunu, on dokuzuncu yüzyıldaki üretim faaliyetlerinin değişimiyle açıklar. On dokuzuncu yüzyıla vurgu yapılmasının sebebi *XIX. Yüzyılda Bir Aile Cinayeti*'nin başlığıdır.

XIX. Yüzyılın en büyük getirisi olan Sanayileşme ve sanayi üretiminin yol açtığı değişim, denetimi gerekli kılmıştır. Disiplin tekniğinin denetim ile dönüşümü, bireylerin bedenleri üzerinde etkisinin azalmış olması ile paralellik göstermiştir. Örneğin yeni iktidar biçimi içinde işkence fikrinin yer almıyor olması, iktidarın bireylere karşı ani bir iyileşme durumu anlamına gelmez. Yeni iktidar düzeni ile gelen strateji değişikliği, iktidarın bireyler üzerindeki etkinliğini farklı tür bir işleyiş ve farklı mekanizmalar ile yürüttüğü anlamına gelir. Bedenleri tımarhane, karantina, hapishane gibi yerlere kapatmak sureti ile hizaya sokma amacındaki teknikler, bedenlerin uysallaştırılması amacı ile kurulmuş olan disipline edici mekanizmalardır (Foucault, 2003: 248; Akt., Durutürk, 2018: 963).

Eserde bir anti-kahraman olan Pierre Riviere ile Foucault'nun özne, özgürlük, beden ve iktidar kavramları ele alınacaktır. Asıl nokta Pierre Riviere'in toplum tarafından deli olarak nitelendirilmesidir. Kitabın sonunda yer alan psikologların raporları ile sözü geçen kapatma ve beden kavramları böylelikle vurgulanacaktır.

## **2. XIX. Yüzyılda Bir Aile Cinayeti**

Pierre Riviere, aile cinayetinin katilidir. Eser bu cinayete dair raporların bir araya getirilmesiyle oluşmuştur. Michel Foucault ve arkadaşları suç, psikoloji ve adalet olgularını ele almak için yaptıkları araştırmada Pierre Riviere dosyasıyla karşılaşır. Foucault, bu dosya üzerinde yapmış oldukları tartışmaları ve dosyada yer alan raporları kullanarak bu eseri oluşturur. Bu nedenle, gözlem ve tartışmalara yer vermiş olduğu eserin ikinci kısmında kendi ismi de yer almaktadır. Çünkü yazar, eserin yazım sürecini eserde arkadaşlarının bakış açılarıyla da yansıtmaktadır. Adli tıp raporları, psikologların raporları, tanıkların ifadeleriyle Pierre Riviere ve

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

ailesi anlatılır. Bir anda Pierre Riviere'in çocukluğunu okurken sonraki sayfada cinayet anı da okunabilir. Yirmi yaşındaki Pierre annesini ve kardeşlerini bir budama bıçağıyla öldürür. Annesi ve babasının mutsuz bir evlilikleri vardır. Babası, Pierre Riviere'in ve komşuların anlattıklarına göre annesinin aksine ılımlı bir kişidir. Anne, babayla birlikte olmak istemez, onu işlerini hallettirmek ya da maddi çıkarlar için kullanır. Anne, babanın hakkında yalanlar söyleyerek onun itibarını zedeler. Pierre Riviere, bunu sebep göstererek babasını acılarından kurtarmak için bu cinayeti işlediğini dile getirir. Komşular Pierre Riviere için garip ve deli tanımlaması yapar. Çocukluğundan itibaren garip davranışlar sergilediğini ve kadınlardan kaçtığını anlatan komşuları ona "Riviere'in delisi" derler. Annesini, babasını sevmediği ve ona kötü davrandığı için, kardeşlerini de annesiyle birlikte kaldıkları için suçlar ve öldürür. Kitabın ikinci kısmında, Pierre Riviere'in deli olup olmadığına dair raporlar yer almaktadır. Kimilerince deli olarak kimilerince bilinçli bir katil olarak görülen Pierre Riviere hapishaneye kapatılır ve idama mahkûm edilir. Sözü geçen cinayet on dokuzuncu yüzyılda yaşanmıştır. Bu yüzyıldan önce Fransa için çok büyük bir olay gerçekleşir o da Fransız Devrimi'dir. Fransız Devrimi ile feodaliteye son verilmiştir. On dokuzuncu yüzyıla kadar katı yönetim şekilleri ortaya çıkmış ve bunun devamında on sekizinci Louis'nin Fransa'ya dönmesiyle yeni bir anayasa çıkartılır. "1814'de ise ilk defa yumuşak bir kuvvetler ayrılığı ile parlamenter sistem benzeri bir sistem denemesi yapıldığı düşünülmüştür" (Ekinci, 2016: 162). Yeni yasa ile sansür ve resmi din gibi olgular ortadan kalkmıştır. Vurgulanmak istenen olay, Napolyan Bonapart on sekizinci Louis'den önce imparatorluğunu ilan edene kadar Fransa'da Robespierre'in birinci cumhuriyeti başlatmasıdır. Pierre Riviere ile olan isim benzerliğine dikkat çekmek yerinde olacaktır. Pierre Riviere de kendi cumhuriyetinin başlatıcısı olarak düşünülebilir. Komşularının ona deli dediği, okurların raporlardan ve Pierre Riviere'in mektuplarından anlamaya çalıştığı konu Pierre Riviere bir aile katil midir yoksa bir deli midir? Bir katilse onu bu noktaya getiren etmenler nelerdir, eğer bir deliyse onu bu şekilde tanımlamak için normal olanı nasıl tanımlamak gerekir? Bu sorular Foucault'nun birey, özgürlük ve özne kavramları çerçevesinde irdelenmeye çalışılacaktır.

### 3. Bir Anti-kahraman: Pierre Riviere

Eserde Pierre Riviere'in tuhaf davranışları, komşularının onu deli olarak görmesi, çocukların ondan korkması gibi birçok tartışmalı durum gözlenmektedir. Foucault'nun bu özne kavramının bir yansıması Pierre Riviere'dir. Özne olarak insanın bu konuma gelmesi kendi özgür seçimleriyle mi olur yoksa bu durum iktidar ilişkilerinin bir sonucu mudur? Pierre Riviere, henüz bir çocukken aile içi sıkıntıları izlemek durumunda kalır. Annesi babasıyla evlendikten bir süre sonra onunla aynı evde yaşamak istemez. Paraya önem veren annesi, eşinin annesiyle yaşamak istememektedir. Anne, Pierre Riviere'in babasını yalnızca para ve mal elde etmek veya gündelik işlerini yaptırmak için bir

araç olarak görmektedir. Baba, anneyle iyi geçinmeye ve onu evlerine getirmeye çabalayan ilımlı bir kimsedir. Bu kargaşanın bir yansıması Pierre Riviere'in garip davranışlarıdır. Aile, iktidar ilişkisi açısından önemlidir. Foucault, iktidarı bir kimsenin diğerinin davranışlarını yönlendirmesi olarak tanımlamıştır. Bu yönlendirme ilişkisi kişiyi özneye dönüştürür. Kişiliğin oluşmasında çevresel faktörlerin etkisi göz ardı edilemez. Çevreyi ve aileyi seçme konusunda özgür bir kişi yoktur. Eğitimin başladığı nokta ailedir. Dolayısıyla Pierre Riviere mutsuz bir ailenin yansıması olarak ele alınabilir:

Asabi ve melankolik mizaçlı ve aile içindeki tartışmalara sık sık şahit olan Riviere, babasının mutsuzluklarından derinden etkilenmiş bir kişi. Toplumdan kaçan bir insan olduğundan en karanlık düşüncelerin etkisi altında kalmış. Bu düşünceler onu ele geçirmiş ve onda huzur bırakmamış. Bu andan başlayarak Riviere sadece tek şey istemiş, babasını kurtarmak ve işte bu amacı gerçekleştirebilmek için annesini öldürmesi gerekiyordu (Foucault, 2018: 143).

Pierre Riviere annesinin babasını hezeyana uğratma sürecinin şahididir ve bunları yaşamak istememiştir. Çocukluğunda aile sevgisinden ve paylaşımdan yoksun büyümüştür. Bu durum Pierre Riviere'in özgür seçimi değildir. Annesinin davranışları, onu zihinsel ve ruhsal bir kaçısa sürüklemiştir. Annesi tarafından sevgi görmeyen Pierre, babasına çok bağlanır, onu kendi içinde tanırsallaştırır. Kendini babasının bir kurtarıcısı olma fikrine kaptırır. Annesinin sevgisizliği ve babasına karşı olan acımasız davranışları onu iç dünyasının karmaşasına hapseder. Bu iktidar ilişkisi Pierre Riviere'i birey olmaktan uzaklaştırır ve özne konumuna getirir. Bunun sonucunda öldürme fikrine kapılan Pierre Riviere, yarattığı geçerli sebeplere mahkûm olur. Foucault, bu konuda şunları dile getirir:

Bu iktidar biçimi bireyi kategorize ederek, bireyselliğiyle belirleyerek, kimliğine bağlayarak, ona hem kendisinin hem de başkalarının onda tanımak zorunda olduğu bir hakikat yasası dayatarak doğrudan gündelik yaşama müdahale eder. Bu bireyleri özne yapan bir iktidar biçimidir. *Özne* sözcüğünün iki anlamı vardır: Denetim ve bağımlılık yoluyla başkasına tabi olan özne ve vicdan ya da özbilgi yoluyla kendi kimliğine bağlanmış olan özne (Foucault, 2019: 62-63).

Pierre Riviere, bu durumun belirgin bir örneği, yani öznedir. Yaşadıkları karşısında kendi içine kapanır. Toplumdan, özellikle kadınlardan ve bazı hayvanlardan kaçmaya başlar. Hayal dünyasında yaşayan Pierre Riviere gerçeklikten uzaklaşır. Çoğu zaman tarlada ya da tavan aralarında yalnız vakit geçirir. Öldürme fikrinden başka gerçeği yoktur. Onun için babasına olan

sevgisi hatta kendisi bile öldürmek kadar yüce değildir. Onun için amacı değer cinayeti gerçekleştirmektir. ‘‘Yüksek bir değeri gerçekleştirmeye çalışan kişinin, diğer birçok değeri yok etmesinde’’ (Kuçuradi, 2016: 51) olduğu gibi Pierre Riviere, kendisinin öldürüleceğini bilerek yaşantısını bu fikre odaklar. Babasını acılarından kurtarmak için annesini öldürmesi onu kahraman yapacaktır:

İnsanların içinde yaşadıkları kuralları ve düzenli toplumun kurallarını biliyordum, ama ben kendimi onlardan daha bilge olarak değerlendiriyor ve o kuralları rezil ve utanç verici olarak görüyordum. Roma tarihini okumuş ve Romalıların kanunlarının kocaya karısı ve çocuklarının yaşamları üzerinde karar verme hakkı tanıdığını öğrenmişim. Kanunlara karşı çıkmak istiyordum, bana öyle geliyordu ki, babam için ölmekle kendimi ölümsüzleştirecektim, benim için bir şeref olacaktı bu (Foucault, 2018: 161).

Pierre Riviere’in neden bir anti-kahraman olduğu aslında onun tavır ve davranışlarından açıkça görülebilir. Ailedeki iktidar ilişkisi onu garip davranışlara ve düşüncelere sürüklemiştir. Çocukları korkutmak ona haz verir. Onları kuyunun başına getirir ve içine atmakla tehdit eder. Cinsel dürtülerle karşılaştığında ise garip hareketlerle bu dürtülerden uzaklaşmaya çalışır. Cinsellikten korkmaktadır.

Bu yüzden sürekli korkular içinde yaşıyor, kadınlara büyük bir dikkatle yaklaşıyor ve gerektiğinden fazla yakın olduğunu düşündüğünde sık sık annesinin, ninesinin ya da kız kardeşinin yanından korkuyla uzaklaşıyordu. Yapmış olduğunu düşündüğü kötülüğün önüne geçmek ve enestten korunmak için onu o kadar rahatsız eden hayali sıvıyı komik hareketlerle tekrar içine çekmeye uğraşıyordu (Foucault, 2018: 149).

Annesi ile olan iletişimi davranışlarına bu şekilde yansıtmaktadır. Annesi nedeniyle tüm kadınlardan kaçmakta ve garip bir enest korkusu yaşamaktadır. Burada cinsellik eleştirisi baskıdan dolayı iktidar ilişkisine yöneliktir. Foucault, cinsellik üzerine getirilen yasaklara eleştiri getirmektedir. Cinsellik sadece anne ve babanın üretimi odaklı algılanmakta ve çocukların cinselliğinden söz edilmesi bastırılmaktadır. Bu dönemde, kiliseye göre cinsel dürtüler günahdır. Cinsellik kilise iktidarının gözetimindedir. Kiliseye göre bu günahı itirafla kurtulmak mümkün olabilir.

*Cinselliğin Tarihi* ise bedeni, iktidarın kontrol altında tuttuğu üreme gücü ile sınırlı tutar. Bedenin üretken kılınarak iktidar odağında yer alması, suçlu bedenlere

... özgürlüğün ve dönüşümün yolunu açmaz, çünkü özgürlük dinamiklerini belirleyen yine iktidarın gücüdür. İşkenceye maruz kalan, ortadan kaldırılan ve gözetleme yoluyla disipline tabi tutulan bedenin, düzenleyici iktidar döneminde, gözden düşürülüp tahrif edilmeden ve iktidarın silahı haline getirilmeden nasıl ele alınacağı önemlidir. Düzenleyici iktidar döneminde yaşamın tüm alanlarıyla kuşatılmış bir beden, her ne kadar olasılıklardan en iyi şekilde sergilemeye çalışıyor görünse de bu görünüş iktidar ilişkileri ve düzeneklerinden ayrı değildir (Demir Güneş, 2015: 71).

Pierre Riviere özne olarak iktidarın onun üzerindeki yaptırımının bir temsilidir. Sadece kadınlar değil, dişi olan her canlıyla olan yakınlığı onda telaş ve ürkeklik yaratır. Bu, iktidarın baskı altına almaya çalıştığı cinselliğin garip bir yansımasıdır. Bu nedenle içinden çıkan sıvıyı içine geri koyabileceğine inanmıştır. Diğer bir eleştiri özgürlük konusudur. İktidarın gözetimindeki öznenin bahsedilirken, öznenin davranışları bu iktidarın bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Pierre Riviere'in de kendini özgür kılması onun kutsal bir görev olarak gördüğü planıyla gerçekleşecektir. Pierre Riviere'in babası sürekli tarlada çalışmak zorundadır. Toprakla geçimlerini sürdürdükleri için babasına tarlada yardım etmektedir. Buna karşın annesi babası adına sürekli borca girmekte ve onu zor duruma düşürmektedir. Artık daha fazla babasının üzüntülerine dayanamaz ve annesini öldürmek ister. Burada iktidar üretim ve rejim açısından eleştirilir. Cinayetin temel sebebi mülkiyettir. Pierre Riviere'in düşüncelerinin asıl dayanağı şudur:

Eski rejim döneminde, iktidar sadece insanların statüleri ve dolayısıyla, bedenleri üzerinde belirli bir baskı uygulayarak özgürlüklerini kontrol etmekle kalmıyordu, asıl önemlisi, ürünlerinin ve mülklerinin kaymağını alan vergilendirme (kraliyet vergisi, derebeylik vergisi ve benzeri) bu iktidarın dolaysız aracıydı. Köylülerin her fırsatta şatoları yağmalamaları ve vergi tahsildarlarıyla ve kilisenin onda birliklerini toplayanlarla vs hesaplaşmaları bir tesadüf değildir. Bundan sonra, artık köylü emeğinin ürünleri sözleşmenin dolaylı aracılığıyla kontrol edilecektir. Sözleşmeyi yapan taraflar arasında ortaya çıkan nefret ve Michel Foucault'nun bize telkin ettiği gibi, köylü suçlarının yeni bir türü de (aile içi cinayetler ya da mülkiyet, kesenek, işletme vs ilişkilerinden kaynaklanan suçlar) bunların peşinden ortaya çıkar (Foucault, 2018: 237).

Artık on dokuzuncu yüzyılın başında kanun önünde özgürlükten ve eşitlikten bahsedilmektedir. Bu durum, Pierre Riviere'in babası gibi birçok kişiyi üretim ve toprak için aşırı teşvik ediyordu. Gözetim altında olan öznenin özgür olarak nitelendirilmesi bir soru işaretidir. Özgürlük bireyin daha fazla üretimi, kanun ve sözleşme ile önce özneye sonra nesneye evrilir. Anne

ve babasının arasındaki sorunlu ilişki ve annesinin mal varlığı hırsı bu cinayeti tetiklemiştir. Bu bağlamda cinayeti tek işleyen Pierre Riviere değildir. “Herhangi bir çocuğun çevresindekilerin görüşlerinden ve değerlerinden etkilenmeksizin büyümesini beklemek, belli ki umutsuz bir biçimde gerçeklere gözünü kapamak olur” (Billington, 2011: 413). Henüz çocuk olan Pierre Riviere seçimleri konusunda özgür değildi. Belki de bu anneyi tercih etmek istemezdi. Kendi ağzıyla yasaları değiştirmek istediğini de dile getirmişti. Çünkü babasının bu kadınla birlikte olmasını istemiyordu. Eğer annesini öldürürse babasını acılarından kurtaracak, ölümsüzleşecek ve özgürleşecekti.

Bu yeni vatandaşlar, feodal boyunduruktan kurtarılmış köylüler, kibarca, Avrupa'nın bütün tarlalarına bağırsakları ve kemiklerini özgürce ekmeğe davet edilmişlerdi. Diğerleri hasadı kaldıracaktı. Önce özgürlük için ölmek ve sonra da ekâbirler için ölmek; özgürlük için, onlar için öldürmek. Öldürmek ve ölmek. Kazandıkları şey parlak çakıl taşlarıydı; yolun sonunda sürü köylü kitlesini (onu, bir kez daha) sakatlık ve ölüm vaatleri bekliyordu. Elde ettikleri yeni ve yanıltıcı haklar için çok yüksek bedel ödemişlerdi. Pierre Riviere'in doğumu onların bu gibi yükümlülüklerden kaçınmak istediklerinin doğrudan kanıtıdır, babası askerlik yükümlülüğünden kurtulabilsin diye peydahlanmıştı o (Foucault, 2018: 240).

O halde özgürlükten söz etmek mümkün müdür? Özne denilen varlık, sözde özgürlüğün bir nesnesidir. Pierre Riviere için özgürlüğün tek anlamı sarf edebileceği ve kendini var edebileceği şiddetidir. Kimi zaman tarlada, kendini bir komutan olarak hayal ediyor ve lahanaların başını kılıcıyla kesiyormuş gibi askeri bir düzen kuruyordu. Onun kendini özgürleştirebildiği tek durum şiddetti. Zaten öldürmeden önce kimse onu görmüyordu. Onun yaptıkları sadece tuhaf olarak nitelendiriliyor ve ona “Riviere'in delisi” deniyordu. Tüm davranışları öldürdükten sonra önem kazandı. İnsanların arasına katılmak istemiyor ve onlardan kaçıyor. İnsanlarla iletişim kurmadığı için düzelemediğini ve normalleşemediğini söylüyorlardı. Toplumda normal ve anormal ayrımı vardı: Normalin tanımını kimin yaptığı ya da anormal olanın neye göre sınıflandırıldığı on dokuzuncu yüzyıl toplumunda Pierre Riviere deliydi. Toplum içine katılmayan bir deli olarak sınıflandırılarak zaten dışlanıyor ve ötekileştirilmeye devam ediliyordu. Pierre Riviere için ise yaptığı davranışlar delilik değildi; hepsinin geçerli bir sebebi vardı.

Anneme, kız kardeşime ve erkek kardeşime saygı göstermem gerektiğini söyleyen prensipleri tamamen unutmuştum, babamı kendilerine karşı silah kullanmam gereken kudurmuş köpeklerin ya da barbarların eline düşmüş birisi olarak görüyordum, dinimiz bu gibi şeyleri yasaklıyor, ama artık dini kurallara da kulak asmıyordum,

... hatta bana, Tanrı beni bu işi görmem için yaratmış ve ben de onun adaletini yerine getiriyormuşum gibi geliyordu (Foucault, 2018: 124).

Babasını acılarından kurtarma isteğini bu sözlerle dile getiren Pierre Riviere, kendi özgürlüğü ve ölümsüzlüğü için mücadele etmektedir. Kardeşlerini, babasına eziyet eden annesini sevmekle suçlar. Onun için bu cinayet Tanrı tarafından verilen kutsal bir görevdir. Kendini, İsa gibi, ilahi bir görev için feda edeceğini düşünür. Pierre bu duruma gelmeden Kutsal Kitabı çok fazla okumuştur ve ona kendi hayatına dair farklı bir yorum getiriyordu. İsa'nın, insanlığı şeytanın köleliğinden kurtardığını düşünüyor ve kendini İsa'nın, annesini de şeytanın yerine koyuyordu. O, etik kuralları kendi içinde yıkıyordu ve kendini üst insan olarak görüyordu. Aslında yazar tarafından bir etik ve özgürlük tartışması açılıyordu.

Foucault bir mücadeleden, kendilik mücadelesi etik davranışa yönelme ve özgürlük mücadelesinden bahsetmektedir. Peki, ama hangi iktidara karşı mücadele edilecek? İktidara direnen taraf kazanırsa o zaman sadece iktidarı kullanan değişmiş olmayacak mı? Bu durumda anlaşılan hep bir mücadele ve her yerde mücadele devam edecektir. Üstelik evrensel bir etik de yoktur. Foucault'nun eserlerinde mücadelenin içeriği ve evrensel değerlerden bahsedilmemektedir. Bu onun teorisi için de tutarlı bir yaklaşımdır (Ateşoğlu, 2019: 234).

Pierre Riviere'in mücadelesi de kanunları ve etiği sorgulama yönündedir. O bir bakıma sonsuz kalmak için mücadele vermektedir. Onun için kanunların ötesinde olmak, onu deli olarak nitelendiren insanların çok ötesinde olmaktır. Asıl ironik olan, öldürmeyi yasaklayan bir kanunun ceza olarak idamı kabul görmesidir. Ona göre, savaşçılar tanımadıkları insanları, onlara sevgi duyamayacak olan insanlar için öldürür ve kahraman olurlar. Bu öldürme sevgi yasasına dayalıdır. Pierre Riviere de kendini Tanrı katında bir kahraman ilan edecektir. Babası tarafından sevilen ve babasını seven bir kişi olarak, bu kahramanlığı babasını acıdan kurtaracak bir ölümsüzlük simgesidir.

Cinayet, iktidar ve halk arasındaki mutlak sadelikte bir ilişki kurmaktadır: öldürme emri ve öldürme yasağı; öldürülmek, idam edilmek; gönüllü kurbanlık, dayatılan ceza; bellek, unutuş. Cinayet yasanın sınırlarında, yasanın ötesinde ya da berisinde, üstünde ya da altında dolanır; bazen karşısında, bazen onunla birlik olarak iktidarın etrafında döner. Cinayet anlatısı, tersine çevrilebilirliğini kullandığı bu tehlikeli bölgeye yerleşmiştir: Yasak ve boyun eğme, isimsizlik ve kahramanlık arasındaki



iletişimi sağlar; yüz karası onun sayesinde sonsuzluğa ulaşır (Foucault, 2018: 262-263).

Pierre Riviere iktidarın kanıksanmış kahraman idealinden farklı türden bir kahramandır. Anormal ve tuhaf olarak görülen ‘‘Riviere’in delisi’’ kendinin kahramanı olarak, budama bıçağı ile annesini ve iki kardeşini öldürmüştür. Hâlbuki onun reddettiğı kanunca, yönetimce ve insanlarca Pierre Riviere sadece bir ötekidir.

Toplum ya da tek tek bireyleri yapmış oldukları seçimlerden ve yaşadıkları hayattan en fazla kuşkuya düşüren şey, imkânı varken bu seçimleri yapmayan ve bu hayatı yaşamayan bireylerdir. Anti kahramanlar bu yüzden herhangi bir manifesto olmaksızın yahut açıkça sosyal eleştiri yapmaksızın da dönüştürücü bir güce sahiptirler. Kıyısında kaldıkları toplumun bireylerini kuşkuya düşürerek başarılar bunu (Akyıldız, 2014: 27).

Anti-kahraman Pierre Riviere, kendisinin kahramanı, komşuları ve psikologlar için deli veya katildi. Deli olarak da katil olarak da anılmış olmasında bir fark yoktur. İktidarca özne konumundan nesne konumuna taşınır. İdama mahkûm edilirken onun dışındakiler için önemli olduğu tek nokta vardır: Bir deli olarak hastaneye ya da bilinçli bir cinayet işleyen katil olarak hapishaneye kapatılacaktır. Anormal olan her şey kapatılmaya ve gözetlenmeye mahkûm oluşudur. Anormallerin bu konuda, hiçbir konuda olmadığı gibi, tercih yapmaya hakları yoktur. Onlar adına tercih yapacak hapishaneler ya da hastaneler vardır. Pierre Riviere, incelenecek bir nesneden fazlası değildir. Nesnelleştirilmiş özneler dünyasında suçlu, suçsuz, akli melekeleri bozuk gibi tanımlamalar yeterli olacaktır. Oysa Pierre Riviere Kutsal Kitabı, Montpellier Din Kitabını, Rahip Meslier’in Sağduyu kitabını, Almanakları ve coğrafya kitaplarını okumuştur. Kendini, Bonaparte’dan ya da Napoleon’dan bencillikleri noktasında ayırır.

Doktorların ve yargıçların hayvanlar diye isimlendirdikleri bu köylüler onu bir aşırı-hayvan, *Riviere’in aptalı* olarak görüyorlardı; bu durum, bu insan evladında ister doğuştan meydana gelen bir hatanın sonucu olsun ister olmasın, toplumdaki dışlanmış, imkânsız bir hayvanlıkta hapsedilmişti. Sanki bu yetmiyormuş gibi, sanki bu türden bir yaratık söz konusu olduğunda iki mahkûmiyet her zaman bir mahkûmiyetten daha iyiymiş gibi, bir deli ya da budala diye adlandırılmıştı (Foucault, 2018: 252).

Özne, iktidarın onun için kurduğu bir düzende yer almaktadır. On dokuzuncu yüzyılda kapatmalar ve gözetim için sadece hapishaneler yoktur. Bilim bilinçli bir gözetim merkezidir. Özne,

aile ve toplum iktidar ilişkisi çerçevesinde yer almaktadır. Bireyin yalnızca bedeni hapsedilir. Asıl hapsedilmek ve ulaşılmak istenen Foucault'ya göre öznenin kendisidir. Özne, bedenin içinde yeniden inşa edilecek, daha doğrusu ehlileştirilecek ve normalleştirilecektir.

Öyle ki deliler ve anormaller, suçlu bedenler gibi toplumun düzenine çoğunlukla ters düşmektedir. Bu tipler iktidar ilişkilerine de zarar vermekte, en azından iktidarların işini görmemektedir. Çünkü delileri ve anormalleri iktidar altında tutmak ya da onlardan iktidar açısından faydalanmak (normallerle kıyaslandıklarında) çok daha zor görünmektedir. O halde deliler ve anormaller; suçlular, fakirler, sefiller ve serserilerle birlikte 'normallerin!' içerisinde kovulmalıdır. Bunlara yalnızca kendilerine has yerlerde, kendilerine uygun iktidarlar uygulanmalıdır (Bingöl, 2019: 333).

Pierre Riviere, katil ya da deli olarak doğmamıştır. Bir seçim hakkı olabilecek kadar özgür değildir. Onun davranışlarını iktidar ilişkileri yönlendirir. Özneyi isteyen iktidar, Pierre Riviere'i kapatmayı başarmıştı. Foucault, 'insanı, bedeni ve kimliği ile inşa edilen bir varlık olarak görür. İnşa eden ise, bireyi tahakkümü altında tutan iktidardır' (Çelebi, 2013: 517). Bireyi normal ve anormal olarak ayıran iktidar kapatmayla birlikte bu durumu meşru kılmaktadır. Bu anlamda, iktidar nesnelleştirici bir ilişkiler bütünüdür.

Pierre Riviere'in korkunç ediminin, kusurlu olduğu zaman sadece kötülüğe yönelen güçlü bir hayal gücünün şu fanatikliklerinden bir tanesine; dinde, akıl yürütmede ya da evlat sevgisinde yatan fanatikliklerinden birine dayanıp dayanmadığını kim bilebilir? Birisi çıkıp da, onun gönlünün ve aklının derinliklerinde yatanları araştırdı mı? Delici bir bakış çıkıp da, sanığın kalın bir budalalık ve tam çöküş zırhının altındaki normal bir akli ve aydınlanmış bir bilinci görmeyi becerebildi mi? (Foucault, 2018: 182).

Pierre Riviere okuduğu kitapları yeniden canlandırarak tarihe kendince yorum getirmektedir. Yaptığı şey tarihin gerçekliğini yansıtmaya çalışmak ve onu kendi çıkmazına uyarlamaktır. Pierre Riviere bir bakıma okuduğu kitapların bir yansımasıdır. Bu yansıma, on yedinci yüzyıldan on dokuzuncu yüzyıla kadar iktidar ilişkilerinin geldiği son noktadır.

## SONUÇ

Bu çalışmada, *XIX. Yüzyılda Bir Aile Cinayeti* adlı eserde postmodernist bir yaklaşım olan okurmerkezlilik yöntemiyle Pierre Riviere'in nasıl bir anti-kahramana dönüştüğü ele alınmıştır. Postmodernizm edebiyatta sınırları ve kuralları ortadan kaldırır. İkinci Dünya Savaşı sonrası gelişen

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

teknolojinin hayata ve edebiyata bir yansıması olan postmodernizm, gerçeklik kavramını tartışır. Edebiyatta gerçeklik unsuru sorgulanmış, yerini parçalanmış ve açık yapıtlara bırakmıştır. Sıradan kurgu düzeninin ve metin biçiminin olmayışı, *XIX. Yüzyılda Bir Aile Cinayeti* adlı eserde ilk olarak göze çarpar. Bu eser, dava, tanık ve hastane raporlarından oluşur. Farklı kişilerin bakış açıları ve düzensiz bir zaman kavramı olayların akışını parçalar. Pierre Riviere'in annesini ve kardeşlerini öldürmesi beraberinde normal ve anormal birey tartışmasını ortaya koyar. Foucault, yarattığı kurgu ile normal olan ve anormal olanı, iktidar eleştirisiyle ele alır. Öznenin iktidar çerçevesinde nesne konumuna getirilişi, anti-kahraman Pierre Riviere ile yorumlanır. İktidarın, hayatın her alanında olduğuna vurgu yapan Foucault, bu eserde on yedinci yüzyıldan on dokuzuncu yüzyıla değin iktidarın kapatma ve gözetleme olgularını yansıtır. Postmodern eserin çok anlamlı yapısına örnek teşkil eden bu eser, okurun algısına sunulan kavramlarla açık bir yapı oluşturur. Kimi okurlar delilik veya anormal birey üzerinde yoğunlaşarak eseri bu bağlamda yorumlamakta, kimi okurlar da suç olgusuna odaklanarak eserdeki boşlukları tamamlamaktadır. Okur merkezli eleştirinin belirttiği çoklu algı ve çoklu anlamın anti-kahraman ile ilgili verilen ipuçlarıyla ortaya çıkması mümkündür. Okurların farklı beklenti ve duyguları çeşitli algılamalar doğurmakta, bu durum çoksesli birçok postmodern eserdeki gibi Pierre Riviere'i yeniden yorumlayarak yaratmayı sürdürmektedir.

Feodalite, burjuva ve krallık toprak üreticilerinin on dokuzuncu yüzyılda geldiği durumu şekillendirmiş ve aile cinayetlerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Aydınlanma Çağı ile bireye tanınan eşitlik ve özgürlük hakkının içyüzü Pierre Riviere cinayetiyle yansıtılmıştır. Senet yapma hakkı, toprak üreticilerinde mülk ve toprak hırsını ortaya çıkarmış ve onları bir çıkmazın içine sürüklemiştir. Pierre Riviere'in anne ve babasının anlaşmazlığının çıkış kaynağı bu senet hakkıdır. Foucault, kitabın ikinci kısmında, hapishane ve hastanelerle iktidarın kapatmayı meşrulaştırmasını tartışmıştır. Öldürmenin yasak olduğu bir kanun düzeninde idam cezasının yer alması ironiktir.. Pierre Riviere, çözüm aramak için okuduğu kitapları kendi hayatına uyarlamaya çalışarak annesi ve babası arasındaki anlaşmazlıklardan kaçmaya çalışmıştır. Okuduğu tarih kitaplarındaki askeri kişilere, örneğin Bonaparte gibi, göndermede bulunmuştur Ancak, Kutsal Kitabı okuyarak Tanrı ve insanlık için kendini feda eden İsa'dan etkilenmiştir. Kendisini İsa'nın yerine koyarak kutsal bir görevle varlığını babası için feda etmiştir. Sonuç olarak, iktidarın bireyi özne konumundan nesne konumuna getiriş süreci Pierre Riviere üzerinden eleştirilmiştir. Pierre Riviere, anti-kahraman olarak, iktidarın doğuşuna ve on dokuzuncu yüzyıldaki iktidar kavramının özne üzerindeki yaptırımlarına ışık tutmaktadır.

**KAYNAKÇA**

- Akyıldız, H. B. (2014). ‘Eylemsizlik ve Antikahramanların Dönüştürücü Gücü Üzerine’. *Humanitas Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4): 17-29.
- Ateşoğlu, N. (2019). ‘Michel Foucault’da İktidar ve Özgürlük Kavramlarının Orhan Tekelioğlu, Cem Deveci ve Tina Besley’in Çalışmaları Bağlamında Değerlendirilmesi’. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Ulusal Hakemli Dergisi*, 5(2): 220-237.
- Billington, R. (2011). *Felsefeyi Yaşamak*. (A. Yılmaz, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bingöl, O. (2019). ‘Foucault’da İktidar, Beden ve Özne Üçlüsü The Triad Power, Body and Subject in Foucault’. *Asia Minor Studies International Journal of Social Sciences*, 7(2): 327-334.
- Çelebi, V. (2013). ‘Michel Foucault’da Bilgi, İktidar ve Özne İlişkisi’. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi Sosyal Bilimler Araştırmaları Derneği*, 5(1): 512-523.
- Demir Güneş, C. (2015). ‘Ruh Bedenin Hapishanesidir: Michel Foucault’. *Ekev Akademi Dergisi*, 19(64): 59-72.
- Durutürk, B. (2018). ‘Michel Foucault’un İktidar ve Özne Kavramlarına Bir Bakış: Gözetim Toplumu’. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 53(3): 959-972.
- Ekinci, E. (2016). ‘Devrimden Günümüze Fransız Siyasal Sisteminin Evrimi’ *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1): 149-172.
- Emre, İ. (2006). *Postmodernizm ve Edebiyat*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Erkman Akerson, F. (2019). *Edebiyat ve Kuramlar*, İstanbul: İthaki Yayınları.
- Foucault, M. (2018). *XIX. Yüzyılda Bir Aile Cinayeti*. (E. Yıldırım ve A. Özgüner, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, M. (2019). *Özne ve İktidar*. (I. Ergüden ve O. Akınhay, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gül, E. C. (2016). ‘Postmodern Sanrı ve Yabancılaşma Gerçeği’. *Toros Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(6): 75-107.
- Kavalcı, T. (2017). ‘Üç Önemli Kuramcı Üzerinden Alımlama Estetiğinin İncelenmesi ve Bir Uygulama’. *Söylem Filoloji Dergisi*, 2(3): 52-74.
- Kuçuradi, İ. (2016). *Sanata Felsefeyle Bakmak*. Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu.

## GÜNEY ÇİN DENİZİNDEKİ BÖLGESEL İHTİLAFLAR VE ÇİN'İN ASKERİ MODERNİZASYONU\*

Dr. Öğr. Üyesi Murat YORULMAZ\*\*

### Öz

Doğu ve Güneydoğu Asya bölgeleri son yıllarda küresel ekonomi açısından önemli bir role sahiptir. Bölge devletleri, ulusal ekonomilerindeki gelişmelerle küresel ekonomiye önemli oranda katkı sunmaktadır. Bu durum, Doğu ve Güney Doğu Asya'da küresel güçler arasında ve aynı zamanda bölge devletleri arasında sadece ekonomik açıdan değil politik, askeri ve güvenlik açılarından da çok yönlü bir rekabetin doğmasına sebep olmaktadır. Rekabetin en şiddetli konusunu, Güney Çin Denizindeki (GÇD) egemenlik iddialarına ilişkin ihtilaflar oluşturmaktadır. Güney Çin Denizi, sahip olduğu zengin besin değeri ve yer altı kaynakları ile dikkatleri giderek üzerine çekmektedir. GÇD'nin uluslararası deniz ticareti açısından sahip olduğu transit güzergâh rolü, jeopolitik önemi, zengin yer altı ve besin kaynakları bahse konu ihtilafların sebepleri olarak gösterilmektedir. Öte yandan GÇD'deki bölgesel ihtilafların da yerel çatışmalar üzerinde etkili olduğu görülmektedir. Çin'in Güney Çin Denizinin neredeyse tamamı üzerinde hak iddia etmesi ise kıyıdaş devletlerin ve hatta Amerika Birleşik Devletleri (ABD) gibi büyük güçlerin tehdit algılamalarına ve kıyıdaş devletlerarasında egemenlik iddiaları rekabetine sebep olmaktadır. Aynı zamanda kıyıdaş devletlerinin artan askeri kapasiteleri bağlamında egemenlik iddialarının silahlı çatışmaya dönüşme olasılığı da sıkça gündeme taşınmaktadır. Bu noktadan hareketle, GÇD'deki bölgesel ihtilafların ulusal güvenlik açısından Çin'in askeri yapısını ve kapasitesini revize etmesinde önemli bir role sahip olduğu görülmektedir. Öte yandan, Çin'in son yıllarda askeri yapısını ve kapasitesini revizyon programları vasıtasıyla artırması, bölge güvenliğine yönelik tehditlerin başında gelmektedir. Bu çalışma, Çin'in askeri revizyon programlarını ve askeri revizyonun Çin'in bölgesel ihtilaflarda politikalarını kararlılıkla sürdürmesine nasıl yol açtığını GÇD'deki ihtilaflar bağlamında analiz etmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Çin, Güney Çin Denizi, Bölgesel Çatışma, Askeri Revizyon

### THE REGIONAL DISPUTES IN THE SOUTH CHINA SEA AND CHINA'S MILITARY MODERNIZATION

#### Abstract

The East and Southeast Asia regions have an important role in terms of global economy in recent years. The states in the regions have contributed to global economy through the developments of their national economies. This circumstance has also caused to emerge a multidimensional both economic and politics, military, security competition among global powers and regional states. One of the most critical issues related to the competition is the regional disputes. The South China Sea has drawn attention by its potential on food source and

\* Bu çalışma, 22-23 Şubat 2021 tarihinde Uluslararası Sosyal Beşeri ve Eğitim Bilimleri kongresinde "Güney Çin Denizinde Tarihsel Husumetlerden Bölgesel İhtilaflara ve Çin'in Askeri Revizyonu" başlıklı sunulmuş bildirinin genişletilmesi ile makaleye dönüştürülmüştür.

\*\* Trakya Üniversitesi, Havsa MYO, Edirne, muratyorulmaz2288@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-3664-0451.

hydrocarbon's. The transit route role, geopolitical importance, rich energy and food resources of the South China Sea has been indicated as the inducements of the regional disputes. On the other hand, it has been seen that the regional disputes in the South China Sea have an effect on the local conflicts. China's allegations on total part of the South China Sea has caused a threat perception for the riparian states and global powers such as the U.S. and a competition on sovereignty allegations among the riparian states. The possibility of sovereignty allegations' transformation to an armed conflict in the context of the riparian states' increasing military capacity has also been brought to the agenda frequently. From this point forth, it is seen that territorial disputes in South China Sea has an important role in the revision of China's military structure and capacity in the context of national security. Furthermore, China's struggle for increasing its military structure and capacity through revision programs in recent years has been the major threat in terms of the region security. This article analyzes China's military revision programs and how military revision causes China to maintain its political assertiveness in the territorial disputes in the context of the South China Sea disputes.

**Keywords:** China, The South China Sea, Regional Conflict, Military Revision

## GİRİŞ

Doğu ve Güney Doğu Asya devletleri, son yıllarda ulusal ekonomilerindeki gelişmelerle küresel ekonomik gelişime önemli katkı sağlamaktadırlar. Ancak Doğu ve Güney Doğu Asya, ekonomik öneminin dışında günümüzde hala devam eden Güney Çin Denizi (GÇD) üzerinde kıyıdaş devletlerin hak iddiaları ve ihtilafları ile gündemde yer almaktadır. Söz konusu ihtilaflar, GÇD üzerinde hak iddia eden kıyıdaş devletleri sadece ekonomik ve politik açıdan değil küresel ticaret ağını ve bölgesel istikrarı da tehdit etmektedir. Günümüzde Doğu ve Güney Doğu Asya'da en önemli sorunların başında GÇD üzerindeki hak iddiaları ve bunun sonucunda ortaya çıkan ihtilaflar gelmektedir. GÇD'nin uluslararası deniz ticareti açısından otoban rolü üstlenerek sahip olduğu jeopolitik önemi, sahip olduğu zengin yer altı ve besin kaynakları bahse konu ihtilafların sebepleri olarak ifade edilmektedir.

GÇD, uluslararası deniz ticareti açısından önemli bir geçiş güzergâhına sahiptir. GÇD'nin de yer aldığı "Pasifik Havzası", doğu ekseninde Amerika Birleşik Devletleri (ABD), Kanada ve Güney Amerika ülkelerini; batı ekseninde ise Asya Pasifik ülkelerini kapsayan geniş bir bölgedir (Bayram ve Arafat, 2018: 70-71). Doğu Asya'nın Pasifik kıyıları boyunca uzanan Asya-Pasifik bölgesi, farklı geniş ve dar tanımlamaları içermekle birlikte kuzeyde Moğolistan, güneyde Yeni Zelanda, doğuda Okyanusya ve batıda Pakistan'a kadar uzanan geniş bir bölgenin adıdır (Doğan ve Gürkaynak, 2019: 922-923). GÇD ise Asya Pasifik bölgesi içerisinde Güney Doğu Asya bölgesi tarafında olup Çin, Filipinler, Vietnam, Brunei, Endonezya, Malezya ve Singapur tarafından çevrelenen yaralı kapalı denizdir. Kuzeybatıda Malakka boğazından kuzeydoğuda Luzon boğazına uzanan GÇD, küresel deniz ticaret rotalarının önemli bir arterini oluşturmaktadır. Dünya deniz ticaret filosunun tonaj bakımından yaklaşık %60'ı Malakka, Sunda ve Lombok boğazları vasıtası ile

... taşınmakta ve bunların çoğunluğu da GÇD üzerinden gerçekleştirilmektedir (Jarrod, 2019: 40-41). Öte yandan küresel ölçekte deniz taşımacılığı ile ham petrol sevkiyatının da %30'u -ortalama günlük on beş milyon varil- GÇD üzerinden sağlanmaktadır (EIA, 2018). Ayrıca, ABD enerji yönetim bilgi idaresi (EIA-U.S. Energy Information Administration) küresel ölçekte sıvılaştırılmış doğalgaz (LNG-liquefied natural gas) nakliyatının yaklaşık %40'ının da GÇD üzerinden gerçekleştirildiğini ifade etmektedir (EIA, 2018). Son olarak, dünyanın iki önemli kömür ihracatçısı Avustralya ve Endonezya'dan önemli miktarda kömür ithalatı da GÇD üzerinden dünya pazarlarına gerçekleştirilmektedir (EIA, 2013).

GÇD'nin artan önemine etki eden ikinci faktör ise sahip olduğu düşünülen zengin enerji kaynaklarıdır. Güneydoğu Asya bölgesinde ulusal ekonomilerin gelişiminin artmasının fosil yakıtlara olan ihtiyacı arttıracığı düşünülmektedir. EIA (2013), OECD ülkeleri dışındaki Asya ülkelerinin sıvı yakıtlara olan talebinin yıllık %2.6 artış ile sürececeğini ve bu durumun da küresel tüketim oranını 2035 yılına kadar %30 seviyelerine taşıyacağını tahmin etmektedir. Benzer bir durum, OECD dışındaki Asya ülkelerinin doğal gaz tüketimi için de geçerli olup tüketimin 2008'deki %10 seviyesinden 2035'e kadar %19'a yükseleceği öngörülmektedir. Özellikle Çin'in doğal gaz tüketimi seviyesinin yüksek bir hızla artacağı ve %43 seviyelerine yaklaşacağı ifade edilmektedir. Bunun da ötesinde Güneydoğu Asya bölgesinin enerji alanında iç üretimin düşmesi, iç talebin karşılanması adına yeni kaynak arayışlarına yol açmaktadır. Bu gelişme ise yeni hidrokarbon kaynaklarına ulaşmak için GÇD'nin güvenli bir bölge olarak kalması zorunluluğunu gündeme getirmektedir. Farklı veriler söz konusu olsa da GÇD'nin zengin hidrokarbon kaynaklara sahip olduğunu ve bölge ülkelerinin ulusal ekonomilerini geliştirmek için bu kaynaklara ihtiyaç duyduklarını söylemek mümkündür.

GÇD'nin önemine ilişkin üçüncü faktör ise sahip olduğu zengin balıkçılık kaynağıdır. GÇD, 2015 yılı itibari ile dünyada balık üretiminin en fazla olduğu beş bölgeden biri olup dünyadaki balıkçı teknelerinin %55'ine ev sahipliği yapmakta ve dünya balık üretiminin %12'sini karşılamaktadır (Austin, 2018). Diğer bir ifadeyle, GÇD sadece önemli bir balıkçı değil aynı zamanda bölgesel ekonomiler için anahtar bir bileşen rolü üstlenmektedir. Sonuç olarak, politik açıdan balıkçılık da ihtilafli ülkeler adına hassas bir konuyu oluşturmaktadır.

GÇD'nin artan önemine neden olan temel faktörler bir anlamda ihtilafları doğurmuş ve söz konusu bu ihtilaflar da bölgesel dinamikleri değiştirmiştir. GÇD üzerinde hak iddia eden taraflar, mevcut pozisyonlarını korumak ve çıkarlarının devamlılığını sağlamak adına farklı girişimlerde bulunmaktadırlar. Bu bağlamda çoğunlukla güvenikleştirme temelinde bir söylem gerçekleştirildiği görülmektedir. Güvenikleştirme yaklaşımının temelini ise hak iddia eden tarafların politik tercihleri ile mevcut gelişmeler oluşturmaktadır.

Çin'in artarak devam eden kararlı ve iddialı denizcilik politikaları, GÇD ve DÇD üzerinde yükselen tansiyonun ana faktörlerinden birini oluşturmaktadır. Bu kararlı ve iddialı yaklaşım, Beijing'in kendi GÇD güvenlikleştirmesinin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Mevcut güvenlikleştirme yaklaşımının Çin'in bölgedeki askeri ve fiziki varlığı ile birlikte iddialı şekilde var olmasını kavramsallaştırması açısından bir araç rolü üstlendiğini söylemek mümkündür. Çin'in artan askeri güç kapasitesi, kendisinin deniz alanları üzerinde kararlı ve iddialı bir yaklaşım sergilemesine yol açmakta ancak bu durum, bölgedeki diğer devletlerin ulusal güvenlikleri adına tehdit olarak algılanmaktadır. Çin'in kararlı ve iddialı yaklaşımına karşılık olarak birçok Doğu ve Güneydoğu Asya ülkesi Çin'in bölgenin statükosunu tek taraflı değiştirme çabalarına, denizcilik faaliyetlerinde özgürlüğe ilişkin uluslararası normlara ve mevcut Çin kaynaklı gelişmelerin bölgenin istikrarını zedeleyeceğine odaklanan söylemler geliştirmektedirler. Bu durum, ilgili devletleri Beijing'in tüm eylemlerini güvenlikleştirmeye yöneltmektedir. Bu güvenlikleştirme yaklaşımı, birçok Güneydoğu Asya ülkesinin minimum seviyede bir savunma sistemi için askeri modernizasyon programları oluşturmalarına sebep olmaktadır. Bu doğrultuda Güneydoğu Asya ülkelerinin savunma harcamalarının her geçen yıla göre arttığı görülmektedir. 2019 yılında bölgedeki savunma harcamaları 2018 yılına göre %4.2 artarak 40.5 milyar \$ olurken 2020 yılı harcamaları toplamı ise 43.6 milyar \$ olmuştur (Jibiki ve Hadano, 2020). Bölgedeki devletlerin savunma harcamalarındaki artış ile ortaya çıkan rekabet, GÇD üzerindeki tansiyonu arttırmaktadır.

GÇD'nin güvenlik dinamikleri, Çin Komünist Partisinin (ÇKP) meşruiyeti ve partinin Çin Halk Cumhuriyeti (ÇHC) üzerinden bölgesel bütünlüğün ve egemenliğin korunması adına anahtar bir role sahip olmakla birlikte bölgeyi güvenlikleştirmesinin bir ürünüdür (Kivimaki, 2016: 64-66). Ancak Çin'in GÇD'yi güvenlikleştirmesi ve devamındaki denizcilik politikaları, Doğu ve Güneydoğu Asya'daki bazı devletlerin de GÇD'yi güvenlikleştirmesi ile karşılık bulmaktadır. Bunun dışında Güneydoğu Asya ülkeleri Çin'in saldırgan tavırlarının ötesinde ulusal güvenlikleri adına güvenlik dışılaştırma çabalarını sürdürmeye çalışmaktadırlar. Sonuç olarak Çin'in güvenlikleştirme yaklaşımı birçok Güneydoğu Asya devleti için bölgenin güvenliğinde önemli rol oynayan küresel ve bölgesel güçlerin dâhil edilerek GÇD'deki ihtilafların uluslararası boyut kazanmasını sağlayan riskli politikaları tercih etmeleri ile sonuçlanmıştır.

Çin, bölgedeki bu gelişmeler karşısında ve GÇD üzerindeki iddialarına ilişkin kararlı yaklaşımını ve de uygulamaya koyduğu askeri modernizasyon programları ile askeri güç kapasitesini artırma çabalarını sürdürmektedir. Bu bağlamda çalışmanın ilk bölümünde GÇD üzerindeki ihtilaflar ele alınırken ikinci bölümde ise Çin'in GÇD üzerindeki hak iddiaları temelinde ve ulusal güvenliği adına ortaya koyduğu askeri modernizasyon programlarının bileşenlerine yer



verilmektedir. Çalışma, GÇD üzerindeki ihtilaflara ve bu ihtilafların Çin'in askeri modernizasyona nasıl etki ettiği üzerine odaklanmaktadır.

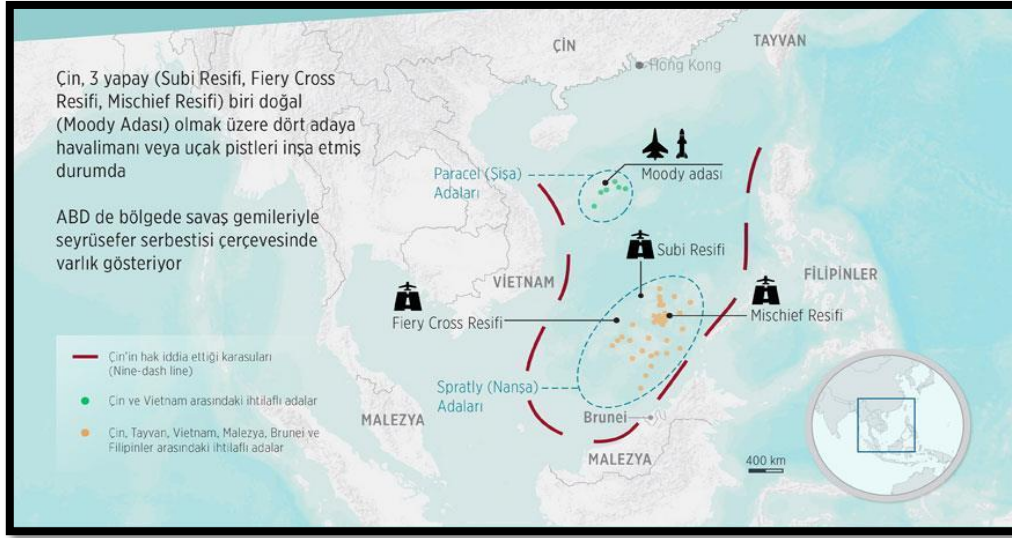
## 1. BÖLGESEL İHTİLAFLAR, TARAFLAR VE PAYLAŞILAMAYAN GÜNEY ÇİN DENİZİ

GÇD'nin sahip olduğu önemli kaynaklar ve stratejik konumu, süregelen ihtilafları Doğu ve Güneydoğu Asya'nın en önemli güvenlik sorunu haline getirmektedir. Bölgesel ihtilaflar, günümüzde hala bölge istikrarını ve küresel ekonomiyi olumsuz etkilemeye devam etmektedir. Bölgesel ihtilafların bu derece etkiye sahip olmasının sebebi ise ihtilafları çevreleyen güvenlikleştirilmiş konuların giderek genişlemesidir (Kivimaki, 2016: 64-66). Bu bağlamda ihtilafların direk ve dolaylı taraflarının güvenlikleştirme çerçevesinde ötekileştirildiğini söylemek mümkündür.

Çin, GÇD üzerinde hak iddiasında bulunan Japonya'nın ve müdahaleci olarak tanımladığı ABD'nin bölgedeki eylemlerini bölgenin bütünlüğüne ve bağımsızlığına karşı yapılan hakaret olarak ifade etmektedir (Koda, 2016: 31-33). GÇD üzerindeki ihtilaflara taraf her bir ülke, ötekileştirmenin giderek GÇD'deki eylemler vasıtasıyla ulusal ve uluslararası çıkarlarını zayıflattığını düşünmektedir (Odeyemi, 2015: 294-295).

GÇD'deki bölgesel ihtilafların tarafları BM Deniz Hukuku Sözleşmesini de (UNCLOS-the United Nations Convention on the Law of the Sea) imzalamış bulunan Çin, Tayvan, Vietnam, Filipinler, Malezya ve Brunei'dir. Söz konusu bölgesel ihtilaflar, GÇD'de yer alan Paracel Adaları (Hoang Sa), Spratly Adaları (Dao Truong Sa) ve Scarborough Sığılığı ile ilgilidir. Çalışmanın da iki temel ayağından birini oluşturan GÇD'deki bölgesel ihtilafların güncel durumları şu şekildedir:

- Paracel Adalarındaki ihtilaf Çin ve Vietnam arasında olup Çin'in işgali ile ortaya çıkmıştır.
- Spratly Adalarındaki ihtilaf temel olarak Çin, Tayvan ve Vietnam arasında olup kısmen de Filipinler, Malezya ve Brunei ihtilaf içerisinde yer almaktadır. İhtilaf, Brunei dışındaki ülkelerin işgalleri ile ortaya çıkmıştır.
- Scarborough sığılığındaki ihtilaf ise Çin, Tayvan ve Vietnam arasında olup bu ülkelerin işgalleri ile ortaya çıkmıştır.

**Harita 1. GÇD Bölgesel İhtilaflar**

**Kaynak:** <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/guney-cin-denizinde-gerilim-tirmaniyor/749115>  
(Erişim Tarihi: 21.01.2021).

**1.1. Bölgesel İhtilaflar ve Çin**

Çin'in GÇD iddiaları büyük oranda tarihsel ve arkeolojik temelde şekillenmektedir. Beijing, özellikle MÖ. 110 yılından itibaren Han hanedanlığı döneminde ve akabinde imparator Ming döneminde GÇD'ye yapılan keşif amaçlı seferlerden sık sık bahsetmektedir (Chua, 2017). Seferlerin yanı sıra imparatorluk kayıtları, haritalar ve arkeolojik bulgular içinde yer alan tarihsel referanslar da Çin'in bölgesel iddialarına ek kanıt olarak kullanılmaktadır (Beech, 2015). İkinci Dünya Savaşı sonrası Japonya uzun yıllar işgali altında bulunan Paracel ve Spratly takımadalarından askeri güçlerini çekerek o döneme değin iddialarından da vazgeçmiştir. Japonya'nın geri çekilişi, Çin'e (Chiang Kai-Shek) günümüzde de önem arz eden dokuz kesik çizgili hat olarak ifade edilen haritasını oluşturarak bölgesel iddialarını genişletmenin yolunu açmıştır. Chiang Kai-Shek tarafından oluşturulan harita ve bu bağlamda Çin'in iddiaları, ÇKP tarafından da kabul görmüştür. Harita, asıl olarak 11 kesik çizgi yani hattı içermekte iken Başbakan Zhou Enlai'nin 1953'te Tonkin Körfezindeki iki hattı iptal etmesiyle dokuza düşmüştür. İkinci Dünya Savaşının ardından Müttefik Kuvvetler ile Japonya arasında 28 Nisan 1952'de imzalanan San Francisco Barış Antlaşması, ÇKP'yi GÇD'deki iddialarını güncellenmesi adına harekete geçirmiştir.

## Harita 2. Çin'in Dokuz Çizgili Haritası



**Kaynak:** <https://www.dw.com/en/chinas-nine-dashed-line-has-no-basis-under-international-law/a-18609290> (Erişim Tarihi: 21.01.2021).

Haritadan anlaşıldığı üzere Çin'in 'U' şeklindeki haritası GÇD'nin toplam alanının yaklaşık %80'ini kapsayarak Çin'in bölgede hak iddia eden ülkeler içinde en geniş alanda iddia sahibidir. Çin'in iddia ettiği alan BM Deniz Hukuku Sözleşmesi şartında belirtilen yasal sınırın çok ötesindedir. Aynı zamanda, Çin'in hak iddia ettiği alan Filipinler, Malezya, Brunei ve Vietnam'ın yasal olarak hak sahibi oldukları münhasır ekonomik bölgeleri de kapsamaktadır.

Çin hükümeti tarafından dokuz kesik çizgili hat üzerinden ortaya konan iddiaların yarattığı belirsizliğe rağmen Çin'in 'U' şeklindeki haritası içinde kalan alandaki ada grupları (Pratas Adaları, Paracel Adaları, Macclesfield ve Spratly Adaları) üzerinde egemenlik iddia etmektedir (Beech, 2016). Çin'in 1992 yılında yürürlüğe koyduğu "Karasuları ve Sınırdış Bölgeler" kanunu da tümüyle bu adaları konu edinmektedir. Bunun da ötesinde Çin, 2009 yılında Birleşmiş Milletler'e (BM) dokuz kesik çizgili haritası ile ilgili yaptığı başvurusunda da bu ada grupları üzerindeki egemenlik iddialarını dile getirmiştir (Mollman, 2016).

Haziran 2012'de Çin hükümeti, Paracel takımadalarının idari yönetim açısından genişletileceğini duyurmuş ve Temmuz ayında yasal olarak Paracel takımadaları içinde kalan Woody adasında 'Sansha' isimli bir yerel yönetim oluşturmuştur. Yerel yönetim, Çin açısından sadece politik bir araç değil aynı zamanda GÇD üzerinde hedeflediği yönetim yapısı açısından da askeri bir üs niteliği taşımaktadır. 2012 yılından itibaren Çin, Sansha şehrini GÇD'deki politik, ekonomik ve askeri çıkarları bağlamında bir sıçrama tahtası olarak kullanmaktadır.

Özetle, GÇD Çin adına tarihsel, ekonomik, politik, jeopolitik, jeostratejik ve özellikle de ulusal güvenliği açısından önem taşımaya devam etmektedir. Ayrıca GÇD, Çin için bölgesel ve ulusal çıkarlarının ötesinde küresel güç ve aktör rolünün varlığı ve sürdürülebilirliği noktasında değer arz etmektedir. Bu durum aynı zamanda Çin'in askeri modernizasyonunun temel argümanlarından birini oluşturmaktadır. Küresel güç olma adına rekabet potansiyeli ve bölgedeki ihtilafların silahlı bir çatışmaya dönüşme olasılığı kapsamında Çin, askeri modernizasyona ilişkin savunma sanayi yatırımlarını sürekli arttırmaktadır.

## 1.2. Bölgesel İhtilaflar ve Filipinler

Filipinler'in GÇD'deki egemenlik iddiaları, tarihsel gerekçelere ve GÇD'deki takımadaların hiçbir devletin egemenliği altında bulunmadığı prensibine (*terra nullius*) dayanmaktadır. Filipinler'in GÇD ile ilgili iddiaları 1947 yılına uzanmaktadır. O dönemde Spratly takımadaları, Filipinler hükümeti tarafından 'New Southern' takımadaları olarak anılmaktadır. Dönemin Dışişleri Bakan Sekreteri Carlos P. Garcia, güvenlik sebeplerini gerekçe göstererek müttefiklerin New Southern (Spratly) takımadalarında Filipinler'in yetki ve kontrolü altında konuşlanmalarını talep etmiştir (Granados, 2009: 273-274). Bir yıl sonra ise Filipinli iş adamı ve avukat Tomas Cloma, Spratly takımadalarına yerleşmiş, buradaki adaların ismini "Kalay'an" adaları olarak değiştirmiş ve adaların yönetiminin kendilerine ait olduğunu ilan etmiştir (ISEAS, 1988: 113-116). Cloma, 1974'te Kalay'an adalarının yönetimini Filipinler hükümetine devretmiş ve 1978'de de Filipinler Devlet Başkanı Ferdinand Marcos, Kalay'an ada grubunun (Spratly takımadaları) Filipinler'in yasal bir parçası olduğunu beyan etmiştir. 1978'deki deklarasyon ile Kalay'an ad grubu, Palawan adasına bağlı bir şehir olarak yasal statüye kavuşturulmuştur. Filipinler, 1968 yılından günümüze Kalay'an ada grubunda askeri varlığı ile etkin kontrol ve yönetim sağlamaya devam etmektedir. Thomas Cloma'nın Kalay'an adalar grubundaki varlığı ve yönetimi ele alması, bugün hala Filipinler'in GÇD'deki egemenlik iddialarının tarihsel temelinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır.

Filipinler'in ikinci tarihsel dayanağı ise ihtilaflar kapsamındaki taraflarla deniz sınırlarının belirlenmesi adına daha önce imzalamış olduğu antlaşmalardır. Esas itibarıyla Filipinler 1898, 1900 ve 1930 yıllarında imzalanan antlaşmalarda belirtilen deniz sınır hatları ile kendisinin temel hattı arasında kalan bölgenin Filipinler karasularına ait olduğu iddiasını sürdürmektedir (Bautist, 2009: 367-369).

Filipinler, GÇD'nin "terra nullius" statüsü iddiasını Japonya'nın İkinci Dünya Savaşı yenilgisi sonrası bölgeden geri çekilişi üzerinden okumakta ve şekillendirmektedir. Japonya, San Francisco Antlaşması ile GÇD'deki takımadaları başka bir devlete teslim etmediği için adalar

antlaşma ile ortak kullanım ve güvence altına alınmıştır. Neticede San Francisco Antlaşması ile takımadalarının herhangi bir devlete ait olma durumu da hükümsüz kalmıştır. Bu tez üzerinden ilerleyen Filipinler hükümeti, Spratly takımadalarındaki egemenlik iddialarının yasal açıdan da doğrulandığını savunmaktadır.

Filipinler hükümeti, son yıllarda GÇD üzerindeki egemenlik iddialarını özellikle BM Deniz Hukuku Sözleşmesi temelinde sık sık gündeme taşımaktadır. Ancak ilgili taraflar ve uluslararası kamuoyu, Filipinler'e taraflarla kendi arasında yaptığı özel nitelikli antlaşmalar ve BM Deniz Hukuku Sözleşmesini göz ardı etmesi üzerinden sert eleştiriler sunmaktadır. Söz konusu eleştiriler karşısında Filipinler Meclisi, 2009 yılında "Takımadalar Temel Deniz Hatları Eylem Planı"nı onaylamıştır (United Nations, 2009). Filipinler hükümetinin amacı, mevcut ihtilaflar karşısında kendisinin uluslararası hukuk kuralları ve normlar çerçevesinde hareket ettiğini göstermektir. BM Deniz Hukuku Sözleşmesi çerçevesinde Filipinler, karasularını 12 mile, münhasır ekonomik bölgeyi de 200 mil mesafeye çekme konusunda mutabık kalmıştır (United States Department of State Bureau of Oceans and International Environmental and Scientific Affairs).

### 1.3. Bölgesel İhtilaflar ve Vietnam

Vietnam'ın GÇD'ye ilişkin egemenlik iddiaları, tarihsel gelenekleri üzerinde şekillenmektedir. İddialar imparator Le Thanh Tong dönemine (1460-1497) kadar uzanmakta ve Le Thanh Tong, Spratly takımadalarında Vietnam'ın egemenliğine vurgu yapmaktadır (Kelly, 1999: 4). 17. Yüzyıl Vietnam haritalarında Spratly takımadalarının ulusal sınırlar içinde yer alması, Vietnam'ın bu tarihsel iddiasını güçlendirmektedir. Vietnam da Çin gibi Spratly ve Paracel takımadalarına ilişkin iddialarını güçlendirmek için arkeolojik deliller sunmaktadır. Vietnam hükümeti, bu tarihsel gelenekler ve arkeolojik deliller dışında Fransız koloni dönemine atıfta bulunarak takımadalar üzerindeki egemenlik iddialarını açıkça dile getirmektedir. 1884 yılında Çin-Fransız savaşı sonrası Vietnam'ın Fransız sömürgesi olmasıyla Fransa, Spratly ve Paracel takımadaları üzerinde egemenliğini ilan etmiştir. Bu durum günümüzde Vietnam'ın takımadalarına ilişkin iddialarının doğrulanmasına ve kabulüne yönelik kanıt olarak sunulmaktadır. Filipinler gibi Vietnam da iddialarını sık sık terra/res nullius kavramı üzerinden gündeme taşımaktadır. Sonuç olarak, Vietnam bağımsızlığını kazandığı tarihten itibaren adaların egemenlik haklarını devralmıştır. 1973'ten bugüne takımadalarının 22'si üzerinde kontrol sağlamaktadır. Aynı zamanda Paracel takımadaları üzerinde egemenlik iddia etse de Çin, 1974'te Vietnam'ı Paracel takımadalarından uzaklaştırmayı başarmıştır (Collin ve Tri, 2018). Ancak Vietnam hükümeti, Spratly takımadalarına ilişkin iddialarını hala elde tutmaktadır. 1970'lerde Spratly takımadalarına ayak bastığı günden bugüne Vietnam kontrolü elde tutmak amacıyla birçok askeri imkânları adalara

nakletmekte ve Çin ile Filipinler'in yaptığı gibi öncü askeri kuvvet ve kontrol amaçlı karakollar kurmaktadır. Vietnam hükümeti, bu adaları yaşama açarak insan topluluklarının var olması sağlamaktadır. Egemenlik iddialarına dayanak teşkil etmesi amacıyla bu adalarda 2007'de Ulusal Meclise temsilci seçimi gerçekleştirmiştir. Vietnam'ın seçim ile temsilci atama yaklaşımının sebebi, iddialarına yasal dayanak oluşturmak ve adalarda varlığını yasal olarak güçlendirmektir. Günümüzde Spratly takımadalarının çoğu Vietnam'ın Khan Hoa eyaletine bağlı sınır bölgeleridir.

Özetle, Vietnam da Filipinler gibi söz konusu adalar üzerindeki iddialarını BM Deniz Hukuku Sözleşmesini dikkate alarak gündeme getirmektedir.

#### 1.4. Bölgesel İhtilaflar ve “Tayvan, Malezya ve Brunei”

Tayvan, Malezya ve Brunei de GÇD'deki bölgesel ve deniz sınırları ile ilgili ihtilafların taraflarıdır.

Tayvan, GÇD'deki tarihsel iddialarını özellikle Pratas adalarına ilişkin sürdürmekte ve 1946 yılından bugüne adalar üzerindeki kontrolü elde tutmaktadır. Çin'in 1947 yılında yayımladığı 11 kesik çizgili haritasının Pratas adalarının yakın çevresindeki adaları kapsaması, 1956 yılında Tayvan'ın Spratly takımadalarının içindeki en büyük ada olan Itu Aba (Taiping) adasını işgali ile sonuçlanmıştır. Tayvan, 2000 yılından günümüze Pratas ve Itu Aba adalarında sahil güvenlik birimleri bulundurmaktadır. Bu bağlamda, Tayvan'ın söz konusu adalar üzerindeki tarihsel iddialarını Çin'e karşı savunma ve sürdürme çabasında olduğunu söylemek mümkündür.

Malezya ise kıta sahanlığı ve Filipinler, Vietnam ve kendisinin işgal ettiği adalar ile ilgili iddialarını 1979 yılında geri çekmiştir. Sadece GÇD bölgesinde Çin, Tayvan, Filipinler, Vietnam ve Brunei'nin ortaya koydukları iddiaları gündeme taşımakta ancak Çin'den uzak olması ve GÇD bağlamında ekonomik açıdan rekabet durumu söz konusu olmadığından aktif bir girişimde bulunmamaktadır. Bu açıdan bakıldığında Malezya, GÇD'deki ihtilaflardan uzak pozisyonda seyir izlemekte ve pragmatik bir yaklaşım sergilemektedir.

Brunei'nin GÇD'deki iddiaları ekonomik temelli olup münhasır ekonomik bölge sınırınının 200 mil sınırında tutulması yönünde tavır sergilemektedir.

## 2. ÇİN'İN ASKERİ AÇIDAN MODERNLEŞME SÜRECİ VE GÜNEY ÇİN DENİZİ POLİTİKASI

Deng Xiaoping'in 1978'de Çin Komünist Partisinin başına geçmesi ile birlikte önemli ekonomik reformların da kapısı aralanmıştır. Xiaoping'in gerçekleştirdiği ekonomik reformlar, Çin'in son otuz yılda küresel ekonomide yükselişine temel oluşturmaktadır. Diğer bir ifadeyle

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

Çin'in bugünkü ekonomik başarısının ispatı niteliğindedir. 2010 yılına kadar Çin, ABD'den sonra küresel ikinci büyük ekonomi olarak Japonya'yı geride bırakmıştır. Çin'in ekonomik yükselişi aynı zamanda Çin Halk Kurtuluş Ordusunun tüm unsurları ile gelişmesini de sağlamıştır. Bu doğrultuda gelişen ekonomisi ile Çin, ordusunu teknolojik gelişmeler ışığında yapısal ve kapasite açısından modernize etmektedir. Çin'in askeri harcamaları, 1990'ların başından günümüze artarak devam etmektedir. 2017 yılında 154.3 milyar \$ olan savunma bütçesi, 2019 yılında 167 milyar \$ ve 2020'de ise 178.2 milyar \$ seviyesine ulaşmıştır (Yeo, 2020). Ekonomik reformların başladığı ve yoğun şekilde gerçekleştirildiği 1980'li yıllarda dört temel reform alanı arasında endüstri, tarım, savunma sanayi ve bilim ve teknoloji yer almıştır. Bu süreçte uygulanan politikaların çoğu ekonomik gelişime ve endüstriye yönelik olmuştur. Ne var ki bugün hala Çinli politika yapımcılar için ekonomik gelişim önemini korumaya devam etse de ordunun modernize edilmesi ve kapasite gelişimi mali bütçede önemli bir yer tutmaya devam etmektedir. Ordunun artan bu önemi, ÇKP'nin Tayvan, Doğu ve Güney Çin Denizindeki ihtilafları örneklerinde görüldüğü üzere bölgedeki çıkarlarını güvencileştirmesinin bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ordunun giderek artan önemi, 1990'larda meydana gelen iki önemli gelişme ile daha da iyi anlaşılmasına başlanmış ve bu iki gelişme aynı zamanda Çin Halk Kuruluş Ordusunun katalizörleri olmuştur. Birinci katalizörü, 1991 yılında çıkan Körfez Savaşı ve savaşın o zamana değin taşıdığı farklılıklar olarak ifade etmek mümkündür. ABD'nin ve müttefiklerin savaşta Irak güçlerini o döneme değin kullanılmayan yeni askeri teknolojilerle yenilgiye uğratmaları, Çin Yüksek Askeri Komitesini şaşkınlığa uğratmıştır. Bu bağlamda Çin'i şaşkınlığa uğratan, ABD ve müttefiklerin savaşta hayalet ve bombardıman uçakları ile kruz füzelerini kullanmalarıdır. Ayrıca müttefiklerin Irak haberleşme ve telsiz sistemleri ile internet ağlarına uzaktan müdahale edip etkisiz bırakmaları da Çinli askeri yöneticilerin dikkatini çekmiştir. İnsansız hava araçlarının ve küresel konumlama sisteminin ilk kez Körfez Savaşında kullanılmış olması sadece Çin'in değil dünya kamuoyunun da ilgi odağı olmuştur. Bu gelişmeler karşısında Çinli yetkililer ordunun modern askeri bir güce karşı hazırlıklı olmadığını görmüşler ve 21. yüzyılda çağın teknolojik getirileri ile donanmış bir ordu için modernizasyon/revizyon programlarının hazırlanmasına karar vermişlerdir.

Ordunun revizyonuna ilişkin Çin'deki programların gerekliliğini ortaya koyan ikinci gelişme ise 1995-1996 yıllarında ortaya çıkan III. Tayvan Boğazı krizidir. 1996 yılının Mart ayında ordunun stratejik füze envanterinden sorumlu Çin Halk Kurtuluş Ordusu topçu birliği, kuzeyde Keelung ve güneyde Kaohsiung olmak üzere iki önemli Tayvan limanının karasuları içinde kısa menzilli balistik füze denemesi gerçekleştirmiştir (Song, 1999: 81-82). ABD, Çin'e cevap olarak bölgeye iki uçak gemisi göndererek gözlem ve kontrol sağlamıştır (Gellman, 1998). ABD'nin ivedilikle

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

aksiyon alması karşısında Çin bir kez daha ordunun modernleşmesine ilişkin gerekliliğe ve bu doğrultuda modernleşme programlarına ihtiyaç olduğuna karar vermiştir. Özetle Körfez Savaşı ve III. Tayvan Boğazı krizi, Çin Halk Kurtuluş ordusunda yapısal revizyon ihtiyacının katalizörleri olmuşlardır. Bu durum aynı zamanda Çin Komünist Partisinin kırılğan yapısını da ortaya çıkarmış ve Çin Halk Kurtuluş Ordusu, operasyonel doktrinlerini ve stratejilerini revize etme kararı alıp dışardan silah teminine ve milli savunma sanayinin teknolojik açıdan gelişimi için programlara ağırlık vermiştir.

Ordunun modernleşmesi açısından alınan önlemler içinde ilk sırada mevcut askeri doktrinlerin ve stratejilerin revizyonu yer almaktadır. Resmi belgeler, herkes tarafından kabul görmüş üç temel doktrini ortaya çıkarmaktadır (Kanwal, 2007). Bunlar; aktif savunma, bilgi ve ileri teknoloji temelli yerel savaş ve halkın savaşa katılımına ilişkin doktrinlerdir (Government of China). Söz konusu doktrinler, Çin Halk Kurtuluş Ordusu yetkilileri tarafından ordunun askeri operasyonlarında modern taktik ve stratejiler uygulaması ile ileri teknoloji içerikli araç-gereç kullanımını sağlamak amacıyla ortaya konulmuştur. Aktif savunma doktrini tartışmaya açık olsa da özü itibariyle Çin'in çatışmaya başlayan taraf olmayacağını vurgulamaktadır. Ancak doktrin karşı önlemlerin alınması için herhangi bir düşman saldırısının zorunlu olmadığını belirtmektedir (Gady, 2015). Doktrinde sadece askeri saldırılara karşı değil politik, ekonomik ve siber saldırılara karşı da önlemlerin alınacağı açıkça ifade edilmektedir (Fravel, 2019: 140-141). Özetle, aktif savunma doktrini ordunun bilimsel ve teknolojik gelişmelerle donatılarak askeri, politik, ekonomik, siber vb. saldırılara karşı sürekli önlem alınacağını ve Çin'in hiçbir zaman çatışmaları başlatan taraf olmayacağını ortaya koymaktadır. Bilgi ve ileri teknoloji temelli yerel savaş doktrini, temel olarak ordunun savaşlara taktik ve strateji açısından nasıl yaklaşacağını ifade etmektedir (Fravel, 2019: 183-184). Doktrin, yakın gelecekte çıkabilecek savaşların Çin'in çevresinde gerçekleşebileceği düşüncesi etrafında şekillenmektedir. Doktrinde özellikle 21. yüzyıl savaşlarının yerel/bölgesel ölçekte ve kısa süreli olacağını ancak bu savaşlarda başarılı olmak için orduların ileri teknolojilere sahip araç-gereçlere sahip olmaları gerekliliğinin altı çizilmektedir. Doktrin, Çin ve potansiyel düşmanları olarak ifade edilen ABD ve Japonya arasındaki güç dengesinin asimetrik doğasına da vurgu yapmaktadır. Çin Halk Kurtuluş Ordusu, dünyadaki modern ordularla karşılaştırıldığında teknolojik olarak yetersiz olduğu alanların farkında olarak bugün hala alt yapının ileri teknoloji ile revize edilmesi çalışmalarını sürdürmektedir. Doktrin temel prensiplerinden biri de girişi önleme/alan reddi silah ve çağrı sistemidir (Anti Access/Area Denial-A2-AD). Çin, söz konusu savunma sistemi ile özellikle bölgedeki ABD ve Japonya askeri güçlerini ve sistemlerini takip ve kontrol etmeyi planlamaktadır. Ordunun sahip olduğu doktrinler içerisinde en eski ve bugün hala

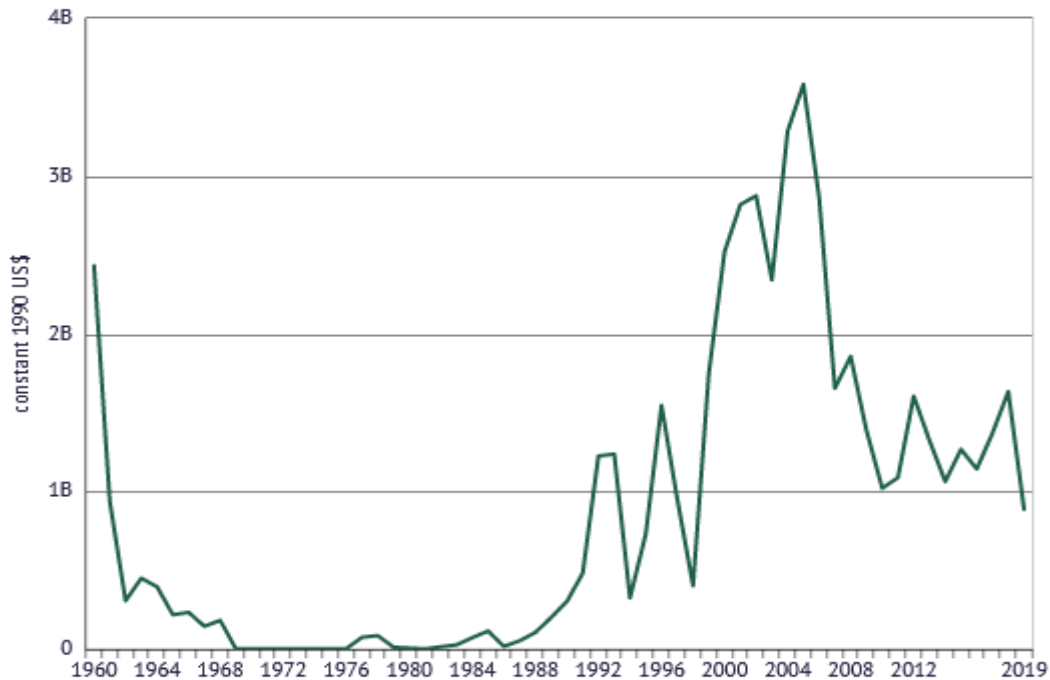


... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

geçerliliğini koruyan doktrin ise halkın topyekûn orduya destek vermek için savaşa katılması temeline dayanmaktadır (Joffe, 2009: 557-558). Bunun da ötesinde doktrin acil durumlarda Çin halkının ve ülkenin doğal ve endüstriyel kaynaklarının orduya destek verilmesi adına mobilize edilmelerini ifade etmektedir (Ingram, 2018).

ÇKP, resmi olarak bu üç doktrini ve belirlenen stratejileri kabul etmenin yanında ağırlıklı olarak dışardan silah teminini ve yerli üretimi tercih etmektedir. Bu noktada Çin, giriş önleme sistemini tamamlayıcı silah sistemlerini satın almaya devam etmektedir. 300'ün üzerinde Sukhoi tarafından geliştirilen savaş uçağı, "Kilo" sınıfında 12 denizaltı, 4 savaş gemisi ve yaklaşık 1000 adet uçaksavar füzesi ithal etmiştir. Özellikle Sukhoi savaş uçakları ve uçaksavar bataryaları ile Çin, bölgesine yönelik hava saldırılarını ve hava sahası ihlallerini önlemeyi ve caydırmayı amaçlamaktadır. Günümüzde de bu tür silahlar, Çin'in ithalatı içinde yer almaya devam etmektedir. Aşağıdaki grafikte görüldüğü üzere, Çin'in silah ithalatı 1961-1986 yılları arasında düşük, 1986-1998 yılları arasında dalgalı bir seyir izlerken 1998 yılı itibari ile yükselişe geçmiş ve 2005 yılında 3 milyar 582 milyon dolar (ABD) değerindeki ithalatı ile zirve yapmıştır. 2005 yılından günümüze silah ithalatında önemli bir düşüş görülmektedir. Bu düşüşün en temel sebebi ise Çin'in ordunun modernize edilmesi kapsamında ortaya koyduğu yerli üretim programlarıdır. Ayrıca Çin'in silah ithalatının neredeyse tamamı Avrupa'dan gerçekleşmekte ancak az bir oranda da olsa düzenli olarak Rusya'dan da ithalat gerçekleşmektedir.

**Grafik 1. Çin'in Silah İthalatı (1960-2019) (Amerikan Doları / Milyar)**



**Kaynak:** <https://knoema.com/atlas/China/Arms-imports> (Erişim Tarihi: 24.01.2021).

Yerli silah üretimi konusunda da Çin, düzenlediği üretim programları ile ordunun modernleşmesi/revizyonu açısından önemli bir yol almaktadır. ‘‘Yuan’’ sınıfında dizel elektrikli denizaltı üretim programı bu açıdan dikkate değerdir. Üretilen denizaltıların oksijen gibi yakıcı gazlara ihtiyaç duymadan güç üretme sistemine sahip olması ve daha uzun süre su altında kalabilmeleri en dikkat çekici özellikleridir (NTI, 2019). ‘‘Kilo’’ ve ‘‘Yuan’’ sınıfına ait 60 adet denizaltı ile Çin deniz kuvvetleri, önemli bir altyapıya sahip olup gelecek yıllarda da filosunu genişletmeyi planlamaktadır (Carlson, 2015). Hafif savaş gemileri, firkateynler, yıkıcılar ve krüvazörler de Çin’in yerli üretimi içerisindedir. Revizyon açısından Çin’in diğer bir programı ise konvansiyonel hız kontrol ve balistik füze sistemlerinin kurulması ile ilgilidir. Çin’in bu sistemlere olan ihtiyacı, hava ve deniz kuvvetlerindeki kapasite yetersizliğidir. Bu noktada Çin, bir kıta gücü olarak coğrafik avantajını ve aynı zamanda füze üretimindeki yüksek kapasitesinin avantajını kullanarak ABD askeri unsurlarını karada, havada ve denizde etkisiz hale getirmek adına kısa ve uzun menzilli füze stoku yapmaktadır (Yeo, 2020). Özetle, Çin ordunun modernleşmesi adına doktrinler ve stratejiler bağlamında silah ithalatına ve yerli savunma sanayinin teknolojik ve kapasite açısından gelişimine ve üretimine önem vermektedir. Üretim açısından önemli bir yol alan Çin’in silah ihracatında ise Asya, Afrika ve Güney Amerika’da genişleyen bir pazara sahip olduğunu söylemek mümkündür (CSIS, 2020).

Çin, savunma sanayisinin gelişimi adına girişimi önleme/bölgeyi koruma sistemlerinin bir uzantısı olarak fiziksel güç kapasitesinin artırımı programı da uygulamaktadır. Çin’in bu stratejisi temel olarak konvansiyonel açıdan üstün bir güç ile karşılaşıldığında hızlı ve kararlı tespit etmeyi müdahaleyi esas kılmaktadır. Strateji daha çok asimetrik ve konvansiyonel olmayan yaklaşımlarla savaşa odaklanmayı amaçlamaktadır. Çin, söz konusu strateji bağlamında saldırıları önceden tespit edip saldırı yönünde hızlı hareket ve müdahale edilmesini sağlayan anti-uydu silah sistemleri geliştirmektedir. Çin ayrıca stratejiye ilişkin üretim programı kapsamında uzaktan kontrol ve kumanda edilebilen deniz mayınları ve anti-balistik füzeler de üretmektedir.

### **2.1. Çin’in Güney Çin Denizi Politikası**

Çin’in ordunun revizyonuna ilişkin çalışmalarının temel çıkış noktası, 1970 yılında Vietnam askeri güçleri tarafından Paracel takımadalarından çıkartılmasıdır. Çin, yenilgi sonrası belirli bir süre kabuğuna çekilerek ordunun eksik olduğu alanları tespit etmiş ve eksikliklerin giderilmesi için silah ithalatına öncelik vermiştir. Yenilginin telafisi olarak 1988 yılında Spratly takımadalarında içinde yer alan Fiery adasını Vietnam’dan alarak takımadalara ayak basmıştır. Çin’in 1995 yılında Filipinler’in kendisine ait olduğunu ve münhasır ekonomik bölgesi içinde yer aldığını iddia ettiği Mischief adasını işgal etmesi ile GÇD’de tansiyon yeniden yükselmiştir (Zhao, 2011). Bu

gelişmeler büyük ölçüde Çin'in kararlılığına yol açan ve II. ve III. Çinhindi savaşları olarak da adlandırılan iç ve bölgesel gerçekliklere dayanmaktadır. Çin'in bu dönemdeki kararlı ve saldırgan yaklaşımının nedenlerinden biri de 1992 yılında ABD'nin askeri güçlerini Filipinler'den çekmesi ve Filipinler ordusundaki zafiyetlerdir. Diğer bir ifadeyle, Çin o dönemde GÇD'nin geniş bir bölgesinde tehdit ve karşı güçten uzak meydanı boş bulmuş durumdadır. Bu mevcut gelişmeler ve durum, Çin'in ulusal çıkarları ile yakından ilişkili olan GÇD'yi daha da genişleyen ölçekte güvenikleştirmesine zemin hazırlamıştır. Çin'in GÇD'ye yönelik başlıca hedefi, GÇD'nin bir bütün olarak egemenliğinin kendisinin kontrolünde bulunmasıdır. Bunun ötesinde ise GÇD'nin sahip olduğu stratejik konumu, biyolojik çeşitliliği, zengin balıkçılık kaynağı ve yer altı kaynakları önem taşımaktadır. Çin'in ulusal çıkarları ve GÇD'nin önem taşıyan unsurları, kümülatif olarak Çin'in bölgesel ve küresel açıdan politik ve ekonomik dengesine temel oluşturmaktadır.

Çalışmada belirtildiği üzere Çin, Spratly takımadaları içinde yer alan yedi adayı (Cuarteron Reef, Fiery Cross Reef, Gaven Reef, Hughes Reef, Johnson South Reef, Mischief Reef, Subi Reef) işgal etmiş durumdadır (Vuving, 2016). Aynı zamanda bu yedi ada üzerinde binalar, helikopter pistleri, antenler, aydınlatma sistemleri, radarlar ve gemi topları bulundurmaktadır (Deutsche Welle, 2017). Çin, 2013 yılında da yaklaşık 12.950.400 m<sup>2</sup> alanda geniş çaplı bir ada ıslah projesine uygulamaya koyarak söz konusu işgal ettiği adalarda yeni yapılar (uçak pistleri, limanlar, garnizonlar ve silah platformları) inşa etmiştir (The Guardian, 2016). Bu noktada Çin'in söz konusu adalardaki inşa ettiği yapılarla ihtilafli diğer ülkelere göre GÇD üzerinde daha etkili bir güç projeksiyonuna sahip olduğu görülmektedir. Çin aynı zamanda Paracel takımadaları içerisinde kalan bazı adalarda da aynı yaklaşım ile yerleşkeler kurmuştur. Genel olarak bakıldığında, Çin'in adalar üzerinde yerleşkeler kurarak kontrolü sağlama hedefinde olduğu anlaşılmaktadır.

Beijing, GÇD üzerinde kontrolü sağlamak için ikinci bir yol olarak diğer devletlerden özellikle de Vietnam ve Filipinlerden gelen balıkçı teknelerine bölgede av yasağı ve yüksek para cezaları uygulamaktadır. Her ne kadar uluslararası kamuoyuna bölgedeki balık rezervlerinin ve dolayısıyla gıda güvenliğinin sağlanması adına bu tür uygulamaları gerçekleştirdiğini söylese de Çin'in bu uygulamalarının yasal dayanağının da tartışmalı bir durum olduğu açıktır. Çin'in bu yaklaşımı ve uygulamaları, diğer ihtilafli devletler ve uluslararası kamuoyu nezdinde hukuk dışı egemenlik iddiaları çerçevesinde ifade bulmaktadır.

Çin, GÇD ve GÇD üzerinden diğer bölgelerde de etkin olarak varlığını sürdürmek için ordunun revizyonu bağlamında silah ithalatının yanında yerli üretim programları ile son yıllarda bu alanda da kendin söz ettirmektedir. Askeri kapasitesini her açıdan geliştirmeye ve genişletmeye devam eden Çin sadece GÇD'nin sahip olduğu enerji rezervleri ve biyolojik çeşitliliği için değil

ekonomik, politik ve kültürel çıkarlarının sürdürülebilirliği açısından da GÇD'den taviz vermemektedir. Diğer bir ifadeyle GÇD, Çin'in son yıllardaki askeri açıdan revizyonunun temel dayanaklarından birini oluşturmaktadır.

### Sonuç

Çin'in ekonomik ve politik gücünün yanı sıra coğrafik konumu açısından merkezde olması, kendisine Doğu ve Güneydoğu Asya'da doğal bir avantaj sunmaktadır. Japonya ve Güneydoğu Asya Uluslar Birliği üyeleri, Çin'in yükselen gücünün yarattığı güvenlik kaygılarının yanı sıra ekonomik açıdan karşılıklı bağımlılık sayesinde Çin ile ilişki içerisindeyler. Çin'in 1970'lerde ekonomik reformlara başlaması ile bölge ülkeleri de reformların sunduğu pazar fırsatlarından yararlanmaktadır. Ancak Çin'in 1990'lı yıllarda GÇD'ye yönelik kararlı politika karşısında güvenlik tehdidi algılayan Güneydoğu Asya ülkeleri, 2000'li yıllarda sürdürdüğü dostluk ve iyi niyet diplomasisi ile pozitif algıya sahip olmuşlardır. Ancak bu pozitif algı, Çin'in son yıllarda GÇD ve bölge üzerinde inatçı ve saldırgan politikalara dönüşü ile yerini yeniden endişeye bırakmıştır. Netice Çin'in bölgedeki imajı, savaştan ve kavgacı bir devlet olarak değişmiştir. Temel olarak endişelerin odağında Çin'in her geçen gün artan askeri gücü, bölgesel ihtilaflar ve bölge ülkelerinin ulusal güvenliklerine yönelik tehdidin oluşması yer almaktadır. Japonya ve diğer bölge devletleri açısından GÇD özelinde ve bölgesel olarak durum bu şekilde iken Çin açısından modernleşme/revizyon olarak anlatı bulmaktadır. Çin, GÇD'yi ulusal çıkarları açısından tarihsel mirası temeline dayandırarak tamamı ile egemenliği altına alma çabalarını halen sürdürmektedir. Bu amaç doğrultusunda geçmişte yaşadığı askeri yenilgilerden ders çıkararak ordunun modernleşmesi konusunu 2000'li yılların başından itibaren gündemine almıştır. Ordunun modernleşmesi açısından hazırladığı yerli savunma sanayi üretim programlarının yanı sıra silah ithalatını da sürdürmektedir. Bu noktada GÇD'deki egemenlik iddialarının ve işgallerinin bir araç rolü üstlendiği açıkça görülmektedir. Çin'in bir diğer aracı ise GÇD'deki egemenlik iddialarını güvenlikleştirme yaklaşımı ile oluşturduğu söylemlerle uluslararası kamuoyuna kabul ettirmeye çalışmasıdır. Diğer bir ifadeyle Çin, GÇD'deki ihtilafları güvenlikleştirme çabası içerisindeydir. Güvenlikleştirme bu bağlamda bir kılıf rolü taşımaktadır. Çin, bu yaklaşımları ile ortaya koyduğu politikaları günümüzde hala devam ettirmektedir. Ancak Çin'in yaklaşımlarının uluslararası hukuk ve Birleşmiş Milletler Deniz Sözleşmesi açısından bir karşılığı olmadığını söylemek mümkündür. Öte yandan Beijing, GÇD'deki bölgesel ihtilaflara ilişkin kararlı duruşunu özellikle ordunun modernizasyonu bağlamında açıkça ortaya koymaktadır. Ne var ki bu durum bölgesel ihtilafların derinleşmesine ve bölgesel güvenliğin daha da fazla tehdit altına girmesine yol açmaktadır. Bölgesel ihtilafların uluslararasılaşması Çin açısından uluslararası kamuoyu nezdinde olumsuz bir imaj yaratmakta ve

bölge içinde jeopolitik rekabeti arttırmaktadır. Sonuç olarak, GÇD'deki bölgesel ihtilaflar Çin'in yayılcı, saldırgan ve kararlı politikalar uygulamasına yol açmakla birlikte askeri güç kapasitesinin artırılmasına, ordunun teknik, araç ve gereç açısından revizyonuna ve yerli üretimin ortaya çıkmasına sebep olmuştur.

### **KAYNAKÇA**

- Austin, G. (2019). *China's assault on South China Sea fisheries: doing the maths*, 7 Şubat 2019, ASPI, Erişim tarihi: 14.01.2021. <https://www.aspistrategist.org.au/chinas-assault-on-south-china-sea-fisheries-doing-the-maths/>
- Bautist, L. B. (2009). The Historical Background, Geographical Extent and Legal Bases of the Philippine Territorial Water Claim. *Journal of Comparative Asian Development*, 8(2), 367-369, Erişim tarihi: 22.01.2021. <https://doi.org/10.1080/15339110903326541>
- Bayram, D.Ç. ve Arafat, M. (2018). Hindistan-Çin-ABD Üçgeninde 'Hint-Pasifik' Kavramsallaştırması, *ANKASAM Bölgesel Araştırmalar Dergisi*, 2 (2), 69-102.
- Beech, H. (2016). *Just Where Exactly Did China Get the South China Sea Nine-Dash Line From?*, 19 Temmuz 2016, *TIME*, Erişim tarihi: 21.01.2021. <https://time.com/4412191/nine-dash-line-9-south-china-sea/>
- Beech, H. (2015). *The South China Sea Is Ours Because It's Got 'China' in the Name, Chinese Admiral Says*, 15 Eylül 2015, *TIME*, Erişim tarihi: 21.01.2021. <https://time.com/4034455/south-china-sea-admiral-yuan-yubai-maritime-dispute/>
- Carlson, C. P. (2015). *Essay: Inside the Design of China's Yuan-class Submarine*, 31 Ağustos 2015, *USNI News*, Erişim tarihi: 24.01.2021. <https://news.usni.org/2015/08/31/essay-inside-the-design-of-chinas-yuan-class-submarine>
- Chua, D. W. B. (2017). *China's History and the South China Sea*, 06 Mart 2017, *The Asia Dialogue*, Erişim tarihi: 21.01.2021. <https://theasiadialogue.com/2017/03/06/chinas-history-and-the-south-china-sea/>
- CNN. (1996). *Nations condemn Chinese missile tests*, 8 Mart 1996, Erişim tarihi: 23.01.2021. [http://edition.cnn.com/WORLD/9603/china\\_taiwan/08/](http://edition.cnn.com/WORLD/9603/china_taiwan/08/)
- Collin, K. S. L. ve Tri, N. M. (2018). *Learning From the Battle of the Spratly Islands*, 20 Mart 2018, *The Diplomat*, Erişim tarihi: 21.01.2021. <https://thediplomat.com/2018/03/learning-from-the-battle-of-the-spratly-islands/>
- CSIS. (2020). *How Dominant is China in the Global Arms Trade?*, 26 Nisan 2018, Güncelleme: 25 Ağustos 2020, *China Power Project*, Erişim tarihi: 25.01.2021. <https://chinapower.csis.org/china-global-arms-trade/>
- Deutsche Welle (DW). (2017). *China keeps building infrastructure on disputed islands in South China Sea*, 15 Aralık 2017, Erişim tarihi: 24.01.2015. <https://www.dw.com/en/china-keeps-building-infrastructure-on-disputed-islands-in-south-china-sea/a-41805980>
- Doğan, D. ve Gürkaynak, M. (2019). Çin Halk Cumhuriyeti'nin Güney Çin Denizinde Dönüşen Yeni stratejisi: Four Sha Doktrini. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(4), 921-947.
- EIA. (2018). *More Than 30% of Global Maritime Crude Oil Trade Moves Through the South China Sea*, 27 Ağustos 2018, Erişim tarihi: 15.01.2021. <https://www.eia.gov/todayinenergy/detail.php?id=36952>
- EIA. (2013). *The South China Sea Is an Important World Energy Trade Route*, 4 April 2013, Erişim tarihi: 15.01.2021. <https://www.eia.gov/todayinenergy/detail.php?id=10671>
- Fravel, M. T. (2019). *Active Defence: China's Military Strategy Since 1949*, New Jersey: Princeton University Press.

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

- Fravel, M. T. (2015). *China's New Military Strategy: "Winning Informationized Local Wars*, 2 Temmuz 2015, *China Brief*, 15(13), Erişim tarihi: 23.01.2021. <https://jamestown.org/program/chinas-new-military-strategy-winning-informationized-local-wars/>
- Gady, F. S. (2015). *China to Embrace New 'Active Defense' Strategy*, 26 Mayıs 2015, *The Diplomat*, Erişim tarihi: 24.01.2021. <https://thediplomat.com/2015/05/china-to-embrace-new-active-defense-strategy/>
- Government of China. *II. National Defence Policy*, Erişim tarihi: 23.01.2021. <http://www.china.org.cn/english/features/book/194485.htm>
- Granados, U. (2009). Ocean frontier expansion and the Kalayaan Islands Group claim: Philippines' postwar pragmatism in the South China Sea. *International Relations of the Asia-Pacific*, 9, 267-294.
- Ingram, R. (2018). *Xinjiang: Life During a People's War on Terror*, 12 Kasım 2018, *The Diplomat*, Erişim tarihi: 24.01.2021. <https://thediplomat.com/2018/11/xinjiang-life-during-a-peoples-war-on-terror/>
- ISEAS - Yusof Ishak Institute. (1988). The Spratly Islands Dispute. *Contemporary Southeast Asia*, 10(1), 113- 116, Erişim tarihi: 22.01.2021. <https://www.jstor.org/stable/25797994>
- Jariod, E. V. (2019). *Prospection and Analysis of New Maritime Trade Nets of Asia in the Malacca Strait*, Final Project, 2019, Erişim tarihi: 15.01.2021. [https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/169660/140869\\_ElisendaVenturaJariod\\_TFG%20\(1\).pdf](https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/169660/140869_ElisendaVenturaJariod_TFG%20(1).pdf)
- Jibiki, K. ve Hadano, T. (2020). *Southeast Asia's defense cuts create opening for China*, 20 Haziran 2020, *Nikkei Asia*, Erişim tarihi: 17.01.2021. <https://asia.nikkei.com/Politics/International-relations/Southeast-Asia-s-defense-cuts-create-opening-for-China2>
- Joffe, E. (2009). People's War under Modern Conditions: A Doctrine for Modern War. *The China Quarterly*, 112, 555-571.
- Kanwal, G. (2007). *China's New War Concepts for 21<sup>st</sup> Century Battlefields*, Institute of Peace and Conflict Studies, Erişim tarihi: 23.01.2015. [www.jstor.org/stable/resrep09034](http://www.jstor.org/stable/resrep09034)
- Karaoğlu, S. (2020). *The South China Sea dispute and its challenges to Japan's economic interests*, 31 Ağustos 2020, *Asia Power Watch*, Erişim tarihi: 21.01.2021. <https://asiapowerwatch.com/the-south-china-sea-dispute-and-its-challenges-to-japans-economic-interests/>
- Kelly, T. C. (1999). Vietnamese Claims to the Truong Sa Archipelago. *A Journal of the Southeast Asian Studies Student Association*, 3, Erişim tarihi: 21.01.2021. <https://scholarspace.manoa.hawaii.edu/bitstream/10125/2541/1/Vietnamese%20Claims%20to%20the%20Truong%20Sa%20Archipelago%20%5BEd.%20Spratly%20.pdf>
- Kivimaki, T. (2016). Legalism, Developmentalism and Securitization: The Case of Territorial Disputes in the South China Sea. E. Fels ve T. M. Vu (Ed.), *Power Politics in Asia's Contested Waters Territorial Disputes in the South China Sea* (ss. 57-76). Cham, Switzerland: Springer.
- KNOEMA, *China - Arms imports in constant prices of 1990*, Erişim tarihi: 24.01.2021. <https://knoema.com/atlas/China/Arms-imports>
- Koda, Y. (2016). Japan's Perceptions of and Interests in the South China Sea. *Asia Policy*, 26, 29-35, Erişim tarihi: 21.01.2021. [www.jstor.org/stable/24905086](http://www.jstor.org/stable/24905086)
- Kristensen, H. M. ve Korda, M. (2020). *The Pentagon's 2020 China Report*, 01 Eylül 2020, *FAS*, Erişim tarihi: 24.01.2021. <https://fas.org/blogs/security/2020/09/the-pentagons-2020-china-report/>
- Mollman, S. (2016). *The line on a 70-year-old map that threatens to set off a war in East Asia*, 08 Temmuz 2016, *Quartz*, Erişim tarihi: 22.01.2021. <https://qz.com/705223/where-exactly-did-chinas-nine-dash-line-in-the-south-china-sea-come-from/>

- NTI. (2019). *China Submarine Capabilities*, Erişim tarihi: 24.01.2021. <https://www.nti.org/analysis/articles/china-submarine-capabilities/>
- Odeyemi, C. (2015). UNCLOS and maritime security: the “securitisation” of the South China Sea disputes. *Defense & Security Analysis*, 31:4, 293-302, doi: 10.1080/14751798.2015.1101186
- Schofield, C. (2016). Untangling A Complex web: Understanding Competing Maritime Claims in the South China Sea. I. Storey ve L. Cheng-yi (Ed.), *The South China Sea Dispute: Navigating Diplomatic and Strategic tensions* (ss. 21-46), Singapur: ISEAS Publishing.
- Song, Y. (1999). China’s missile tests in the Taiwan Strait: Relevant international law questions. *Marine Policy*, 23(1), 81-102.
- The Guardian. (2016). *China has reclaimed 3,200 acres in the South China Sea, says Pentagon*, 13 Mayıs 2016, Erişim tarihi: 25.01.2021. <https://www.theguardian.com/world/2016/may/13/pentagon-report-china-reclaimed-3200-acres-south-china-sea>
- United Nations. (2009). *Maritime Zone Notification*, 21 Nisan 2009, Erişim tarihi: 22.01.2021. [https://www.un.org/Depts/los/LEGISLATIONANDTREATIES/PDFFILES/mzn\\_s/mzn69.pdf](https://www.un.org/Depts/los/LEGISLATIONANDTREATIES/PDFFILES/mzn_s/mzn69.pdf)
- United States Department of State Bureau of Oceans and International Environmental and Scientific Affairs. (2014). *Limits in the Seas*. No. 142 Philippines: Archipelagic and other Maritime Claims and Boundaries, Erişim tarihi: 22.01.2021. <https://www.state.gov/wp-content/uploads/2019/10/LIS-142.pdf>
- Vuving, A. L. (2016). *South China Sea: Who Occupies What in the Spratlys?*, 06 Mayıs 2016, *The Diplomat*, Erişim tarihi: 25.01.2021. [https://thediplomat.com/2016/05/south-china-sea-who-claims-what-in-the-spratlys/#:~:text=In%20the%20Spratly%20Islands%20China,and%20Mischief%20Reef%20since%201995.&text=Fiery%20Cross%20Reef%20\(%E6%B0%B8%E6%9A%91,%E7%BE%8E%E6%B5%8E%E7%A4%81%20Meiji%20Ji%20ao\).](https://thediplomat.com/2016/05/south-china-sea-who-claims-what-in-the-spratlys/#:~:text=In%20the%20Spratly%20Islands%20China,and%20Mischief%20Reef%20since%201995.&text=Fiery%20Cross%20Reef%20(%E6%B0%B8%E6%9A%91,%E7%BE%8E%E6%B5%8E%E7%A4%81%20Meiji%20Ji%20ao).)
- Yeo, M. (2020). *Report estimates Chinese nuclear stockpile at 350 warheads*, 14 Aralık 2020, *Defence News*, Erişim tarihi: 24.01.2021. <https://www.defensenews.com/global/asia-pacific/2020/12/14/report-estimates-chinese-nuclear-stockpile-at-350-warheads/>
- Yeo, M. (2020). *China announces \$178.2 billion military budget*, 22 Mayıs 2020, *Defence News*, Erişim Tarihi: 23.01.2021. <https://www.defensenews.com/global/asia-pacific/2020/05/22/china-announces-1782-billion-military-budget/>
- Zhao, S. (2011). China’s Territorial Disputes in the South China Sea and East China Sea, 31 Mayıs 2011, *China Briefing*, Erişim Tarihi: 25.01.2021. <https://www.china-briefing.com/news/chinas-territorial-disputes-in-the-south-china-sea-and-east-china-sea/>

## DERSİM ALEVİLİĞİNDE GÜNEŞ DUASI

**-Dini Sembol Minnet-**

**Dr. Daimi CENGİZ\***

### ÖZET

Sembollerin tarihi insanlık tarihi kadar eskidir. İnanç ve düşünce alanının temsiliyet unsurlarıdır. Toplumların tarihi mirasının kodlarını oluştururlar. Kimileri kozmik alemin unsurlarını sıklıkla ifade eder. İslamiyet öncesi gök kubbenin kozmik kutsal öğeleri, İslamiyet sonrası batını tasavvufi manada Hz. Muhammed, Hz. Ali ve ulu şahsiyetlerin kültürüne dönüşüverirler.

Batını Dersim Aleviliği inancında bu kozmik kültlerden güneş; ısı ve ışığın, hayatın kaynağı olarak külte dönüştürüldü. Hz. Muhammed'in nuru ve cemali olarak sembolleşti. Dersim'de kadınların sabah okudukları güneşe minnet, temenni ve tanımlama duası kökleri İslamiyet öncesine giden ilginç edebi itikadi sözlü tarih belgesi olarak dikkat çekicidir.

**Anahtar sözcükler:** Güneş Duası, Semboller, Dersimde Güneş Duası, Güneş ve Dua

## SUN PRAYER IN DERSİM ALEVİSM

**- Gratefulness for the Religious Symbol-**

The history of symbols is as old as human history. They are elements of representation in the field of faith and thought. They form the codes for the historical heritage of societies. Some often express elements of the cosmic realm. The cosmic sacred elements of the pre-Islamic skydome turn into the cult of the Hz. Mohammed, Hz. Ali and the great personalities in the post-Islamic esoteric meaning.

The sun from these cosmic cults in the Dersim Alawite faith; heat and light have been transformed into cult as the source of life. It symbolized as the facial beauty and the light of Hz. Mohammed. The prayer of gratitude, wish and identification of the sun that women read in the morning in Dersim is remarkable as an interesting literary-faith based-oral history document that goes back to before Islam.

**Keywords:** Sun Prayer, Symbols, Sun Prayer in Dersim, Sun and Prayer

\* Munzur Üniversitesi Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Müzik Bölümü. ORCID NO:0000-0002-8034-9127, d.cengiz@gmx.net



**GİRİŞ**

Sembollerin tarihi insanlık tarihi kadar eskidir. İnanç ve düşünce alanına giren somut şeyler ve dini ritüeller sembollerle ifade edilmiştir. Kutsal ile kurulan mistik bağda sembollerin daima özel bir yeri olmuştur. Bu sembollerin yorumsal ve anlamsal bir hüviyete uyarlanması düşünce ve inanç dünyası ile ilişkilidir. Toplumlar, tarihi mirasları doğrultusunda inanç ve düşünce kodlarını şekillendirmiş, düzen kazandırmışlardır.

Sembol kavramı Grekçe “symbolon” kelimesinden türetilmiştir (Salt; 2017:5). Sembol duyularla ifade edilmeyen bir şeyi belirten nesne, işaret, remiz, rumuz, timsal ve simgedir (Parlatır;1998:1937). Hatta imge, işaret, sembol, amblem, figür, ikon vs. olarak birçok yazar tarafından fark gözetilmeksizin birbirinin yerine kullanılmıştır.

Gilbert sembolü “doğal bir ilişki aracılığı ile mevcut olmayan veya algılanması imkânsız bir şeyi çağrıştıran somut bir işaret” yahut da “izafî olarak bilinmeyen ve daha açık veya karakteristik bir biçimde isimlendiremediğimiz bir şeyin en iyi figürü olarak tanımlar (Gilbert;1998: 7-9). Yine Gilbert’e göre sembol birden fazla şeye işaret eden bir kavramdır. Sembol başka bir şeyin yerine geçen temsiliyettir (Geertz; 2010:113).

Genel anlamda bir toplumun kültürel kodları ve öğeleri olan bu semboller, aynı kültürel çevrede üretilmiş ve öğrenilmiş olarak kullanıma sunulan anlamlar dizisi olarak da tarif edilir (Deniz; 2012:35). Anlamlar semboller içinde depolanır (Yıldırım; 2016:131).

“Güneş insanın erişemediği göklerin, sonsuzluğun, aşkınlığın, mutlak gerçeğin simgesidir. Yüce olmak, yükseklerde bulunmak kudretli ve kutsal olmakla eş değerdedir. Gök dinsel bir değer kazanmadan önce de aşkındır”(Eliade;2003:61).

Mısır, Hint-Avrupa ve Orta Amerika toplumlarında yer ve göğün/alt ve üst dünyaların kutsal imgesidir. Tüm evrene ısı ve ışık yayan, canlılık veren güneş kainatın gözü, adalet, rızkın güvencesi ve bilgeliktir. Hatta kimi inançlarda adalet ve bilgelik güneşe atfedilir.

Bütün evren potansiyel simgedir. Simgeler insanoğlunun simgeleştirici yeteneği ile varlıkları sembole dönüştürür. Gerçek yaşamlarını ve tarihsel hafızalarını sembollerle inşa ve ifşa ederler. Bu kültürden kültüre değişir.

İnsanoğlu yer ve gök kültlerini yaratmış ve kutsamıştır. Üzerinde yaşadığı mekana ve göğe karşı ilgisi, onun bu ulaşılmaz arşı bilme, anlama ve algılama tutkusunu hep canlı ve gündemde tutmuştur.

... Kutsallığın geniş bir anlam dünyası ve muhtevası vardır. Bolluk, canlılık, devinim, tabiatüstülük, korku ve hürmet arasındaki durum ve saygınlık gibi... Bu kutsal nesnelere bereket, ilahilik, enerji, saygınlık vb. taşıdığına inanılır.

Arştaki objelerden güneş, ay, yıldızlar, yani bilcümle gök kubbeyi bilme, anlama, algılama ve yeniden anlamlandırma tutkusu, inanç edebiyatının da alanına girmiştir. Kozmik alemin ulaşılması güç olan arş tasavvuru ve taahhülü sembolleri yaratmıştır. İnanç ve edebiyatta sembolik dilin oluşmasına da neden olmuştur.

Semboller sahip oldukları anlamları tarihten ve kültürel bir mirastan alırlar (Gardin/Olorenshaw; 2014:8). Semboller anlam taşıyıcıdır ve düşünsel bir sisteme aittirler. İşlenmiş zengin, özgün dilin en önemli göstergeleridir.

Başlangıçta “dinsel alanda kökleşen ve uzun zaman bu alana bağlı kalıp ardından sanatsal ve estetik incelemelerin konusu haline gelen sembol, aslında bir bilinç inşası olup algı ve bilinç kavramları ile sıkı ilişki içindedir” (Köktürk; 2014:34-55).

Semboller toplumun inanç ve davranışlarına şekil vermekte, bireyleri belli bir biçimde ortak hareket etmeye yönlendirmekte, farklı halk yığınlarını iyi işleyen bir cemiyete dönüştürmektedir (Uluç; 2009:23-24).

Gök kubbe ve güneş birlikte inanç ve mitoloji için gayet zengindir. Kozmolojinin en mühim tanrısal sureti güneştir. Tanrısal figür olarak bilinir. Yerkürede çeşitli inanç ve kültürlerde gök Tanrı ile güneş arasında doğrudan ilişki kurulur. (Eliade; 2003: 140-157) .

Isı, ışık ve bilgelik rumuzu olan güneş ile hayat arasında doğrudan ilişki vardır. Hükümdarlar tarihte hükümler güneşe benzetilirler. Tarihte hep tanrı-güneş-hükümdar üçlemesi vardır. Gök tanrı güneş tanrısına o da yeryüzündeki hükümdara evrilmiştir.

Güneş toprağın bereketidir. Rızık, bereket dağıtıcısı ve yaşamın koruyuculuğu durumuna evrilmiştir (Eliade; 2003:123).

Yüce varlıklar güneş ile özdeşleştirilir. Ve gök tanrı sıklıkla güneş ile kaynaşır. Güneşe atfedilen kutsallık ve tanrısalığın kökeninde onun koruyucu olması, canlılara hayat vermesi, ışığın ve ısının kaynağı olması bilgisi yer almaktadır (Bayat; 2007: 299).

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

Ay ve güneş İslami inançta yeni taahhüller ve tasavvurlar şeklinde sirayet etmiştir. Onlar İslam öncesi ve İslami dönemin inanç dokusunu bir arada barındırır. Edebi dua metinlerinde bu durumla, sembolleştirme örnekleri ile sıklıkla karşılaşırız.

İslam tasavvufunda sıklıkla peygamber ve aydınlık güneş ile özdeşleşmiş simgedir. “Her şeyi kuşatan ve her şeye nüfuz eden ışığın en belirgin tecellisinin güneş” (Schimmel;2004: 35) olduğu vurgulanır. Yine Schimmel’e göre “Allah’ın bir simgesi olarak güneş hem cemel hem de celal yanlarıyla kendisini gösterir (Schimmel; 2004:16).

Kimi inanç metinlerinde kozmik unsur olarak güneş, Alevi-Bektaşî inanç dünyasının perspektifi ile yorumlanmaktadır. Güneş ile Hz. Muhammet arasında ilişki kurulur. Hz. Muhammet güneş sembolizmi çerçevesinde ele alınır. Güneş sembolü Muhammedin yüzü, nuru ve şavkı, yaratıcının, vahdetin yüzü ve varlıklarının tasvirlerinde yer alır.

Tasavvuf inanç ve edebiyatında güneş, tanrı ile özdeşleştirilir. Seyit Nesimi, Kaygusuz Abdal gibi şairlerin şiirlerinde güneş-tanrı ilişkisinden söz edilebilir. Bu özellikle Hurifi Nesimi’nin tuyuglarında ve gazellerinde sevgilinin yüzü, sureti bağlamında güneş çok sık kullanılan bir bezek ve benzetmedir.

Hurifi batini inancının önemli şairi Nesimi’nin dizelerinde Adem-Hak-Güneş üçlemesi şöyle kurulur:

“Hak taala Âdemoğlu özüdür

Otuz iki Hak kelamı sözüdür

Cümle alem bil ki Allah özüdür

Adem olan candır ki güneş yüzüdür” (Özmen; 1998:258).

İnsan-tanrı ilişkisi, tanrı ve yeryüzündeki sureti ikilemi Hurifilik ile karışık reenkarnasyon temelli düşüncenin varlığına dikkati çeker. Şiirde tanrıyı sembolize eden güneş “âdemin yüzü” olarak tasvir edilmiştir.

Bozkurt’a göre “gök cisimleri İslam uluları ile özdeşleştirilmektedir. Ay Hz. Ali, gün Hz. Muhammed’dir. Hz. Ali sırlı olduğu için aydır ve karanlığı aydınlatır. Hz. Fatime Zühre Yıldızı gibi nurlu olarak hayal edilir. Güzeller güzelidir. Namusun ve erdemin sembolüdür” (Bozkurt; 2005: 385)

... Alevi-Bektaşî şiirinde Hz. Muhammed'in güneş/tanrı nuru olduğu sık sık vurgulanır. Güneş Hz. Muhammed ile, ay Hz. Ali ile özdeşleştirilir.

“Ali aydır gün Muhammed” (Öztelli; 2004: 82).

Ay ile güneş de secdeye indi

Ali ile Muhammed dara durunca (Özmen; 1998: 144).

Güneşin kutsallığına Batı Dersim inancında ve Ezidi itikatında çok bariz şekilde rastlanılır. Dersim'de güneşin doğumunda ve batımında yapılan dualar vardır. Bu dua bir ritüel dahilinde yapılır. Pratikleri olan uygulamalı ritüeldir. Aksoy güneş doğarken yapılan duanın Mithra kültürü kökenli olduğunu yazar. Bu Mithraist uygulamaya Ezidiler arasında da rastlanır. Ezidiler de güneşin ilk ışıklarının düştüğü yeri öperek güne başlarlar. Dersim'de güneşin batan son ışınlarına Tija Merdu (Ölü Güneşi) denir. Bu güneş ölümler içindir, ölümleri ısıtır. Ölümler bu zamanda bir araya gelir ve ailelerinin o anda ettikleri dua onları etkiler. Bu inancın kaynağında İrani, özellikle Zerdüştilik bulunmaktadır. Zerdüştilikte günde üç kez ibadet yapılır. Güneşe bağlı olarak sabah ibadeti Mithrayı koruma için, öğlen Apam Napat'a ve gece ibadeti ise ölü ruhları Fravaşilere yapılır (Aksoy; 2006 :106, 107).

Güneş özellikle Hint-Avrupa halklarının en gözde tanrılarında biri, onların gözünde tanrısal gücün simgesidir. Eski Hint mitolojisinde yaratılış güneşle açıklanmaktadır.(Anabritanika;1988:172)

Yine Aksoy'a göre Dersim Alevilerinin inançlarında Hristiyanlık öncesi Zerdüş Ermeniliğinin mirası kadar İran'da şekillenen Kürt aşiretlerince İslam heteredoksisi bünyesinde yöreye getirilen Zerdüşti unsurlar vardır (Aksoy; 2019: 104).

Dersim yerlileri gibi birer doğa toplumu olan Kuzey Amerika yerlilerinde de bir ritüel halinde güneş dansı icra edilir(Hançerlioğlu;1975:219).

Dersim'in güneş duası Hemşin yaylalarında ve Muş'un Hasköy'de soğukların geçmesi için çıkılan duaya hiç benzemez. Özellikle her Dersim kadını tarafından sabahın seherinde ilk güneş ışınının savkı ile başlar.

Dersim'de yer ve gök kültlerine dair dualar vardır: Ay ve güneşe, kayan yıldız, gök kuşağına... Ulu ağaç, dağ, su ve atalar/veliler kültürüne... Ancak gök kültürlerinden güneş ve ay itikadın önde gelen kültürleridir. Ay Hz. Ali ve Ana Fatma'ya, güneş Hz. Muhammed'e dairdir.

...  
Gevher Beltan'dan\* derlediğimiz bu dua istisnasız her Dersimli kadının varyant farkı ile tıra ettiği güneşe minnet ve rızık duasıdır. Güneşi tanımlama ve temenni duasıdır.

Kutsal güneşe karşı yarı müzikal okunan manzum rıza ve minnet duasıdır. Sözlü tarihin edebi belgesidir:

### **DUA MIHEMEDE HOMETE/DUA TİJİ**

-Zazaca Dilinde-

Ya Mihemedé Homete  
To ra keme rıza u minete  
Ma roştu tania hora morım meke  
Meke motazé mıxenete  
Mıxenete isoni ré kené tomete

Ya Mihemedé Homete  
Tı cırm u cani dera  
Roştı u tani dera  
Fam u izani dera  
İlm u irfani dera

Ya Mihemedé Homete  
Rızké ho ra avé cırm u cani de  
Der u cirani de  
Vergé yavani de  
Dıma hona ma neçharuné hode.

### **GÜNEŞ DUASI**

-Türkçe Dilinde-

Ey Ümmetin Muhammedi(Güneş)  
Sana rica ve minnetteyiz  
Bizi ıssından ve ışığından mahrum etme  
Muhtaç etme muhanete  
Muhanet insanı töhmette bırakır

Ey Ümmetin Muhammedi(Güneş)  
Sen Cümle candasın  
Isı ve ışıktasın  
İdrak ve izandasın  
İlim ve irfandasın

Ey Ümmetin Muhammedi(Güneş)  
Rızkıdan önce cümle aleme ver  
Kapı-komşuma  
Yabandaki aç kurda ver  
Sonra da biz naçarlarına ver.

\* Gevher Beltan(95) Kortasure (Yeşilkaya ) Köyü, Derleme yılı: 1981

... Bu minnet ve rızık duasıdır. Duanın orta kublesi hayat kaynağı olan güneş kültünü tanımlar. O'nun akıl-ıdrakın, ısı ve ışığın, idrak ve izanın ve ilim ve irfanın kaynağı olduğuna vurgu yapar.

Dersim'in seyit şairi Sey Qaji'de şu dua manisinde aynı tanıma ve teme vurgu yapar:

Bé asm u roz dina tariya

Bé ilm u irfan koraniya (Cengiz;2010: 205)

.....  
Aysız ve güneşsiz dünya kap-karanlıktır

İlim ve irfansız [toplum-Daimi Cengiz) da kördür/karanlıktır.

Güneş duasının ilk ve son kublesi güneşin rızık, bereket veren kudret olduğunu dillendirir ve temennide bulunulur. Dersim batını Alevi toplumunun paylaşımına dair hümanizmasını, inanç kodunu dile getirir. Paylaşımında kendisini özne yapmayan, cümle canın, kapı-komşunun ve yabandaki aç kurdun bile gerisine koyan o insani duruş ve temenni görülmektedir.

Anlaşıyor ki Zerdüştlüğün kutsal objesi güneş kültü üzerine İslamiyet'in baskın motifi Hz. Muhammet bindirilmiştir. Serbest hece vezinli edebi sözlü tarih belgesi/metni olarak bu dua içeriğiyle önemli evrensel mesajları günümüze taşımaktadır.

## SONUÇ

Düşünce ve inancın temel unsurları sembollerdir. Bunlar tarihi kültürel mirasın özet simgeleri olarak temsili kodlardır. Özellikle itikat dünyasının önemli kozmik kültürlerinden; hayatın, ısı ve ışığın kaynağı güneşi bilme arzusu ve merakı hep olagelmiştir.

İslamiyet sonrası tasavvufi batını Alevi inancında ısı, ışık ve hayatın temel kaynağı olan güneş Hz. Muhammed'in nur u cemali ile özdeşleştirilmiştir. Ve kutsal külte çevrilmiştir. O'na atfen sabahları Dersim kadınlarınca Zazaca okunan minnet, temenni ve tanımlama duası ilginç insani, evrensel itikadi perspektifi bize sunmaktadır. Bir sözlü tarih belgesi olarak incelenmeye ve yorumlanmaya değer edebi numunedir.

## SÖZLÜ KAYNAK

Gevher Beltan (95), Yeşilkaya(Kortasure) Köyü, Tunceli- Merkez

## KAYNAKLAR

Aksoy, Gürdal(2006), Dersim Alevi Kürt Mitolojisi, Komal Yayınları,İstanbul.

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

Aksoy, Gürdal(2019), Dersim, Alevilik, Ermenilik, Kürtlük, İletişim Yayınları, İstanbul.

Anabritanika(1988), Cilt. 10, Ana Yayıncılık, İstanbul

Bayat; Fuzuli(2007), Türk Mitolojik Sistemi 1, Ötüken Yayınları, İstanbul.

Bozkurt, Fuat(2005), Toplumsal Boyutları ile Alevilik, Tekin Yayınları, İstanbul.

Cengiz, Daimi(2010), Dizeleriyle Tarihe Tanık Dersim Şairi Sey Qaji, Horasan Yayınları, İstanbul.

Deniz, Dilşa(2012), Yol/Re: Dersim İnanç Sembolizmi Antropolojik bir Yaklaşım, İletişim Yayınları, İstanbul.

Eliade, Mircea(2003), Dinler Tarihine Giriş, Kabalcı Yayınları, İstanbul.

Gardin, Nanon ve Olorenshaw. R(2014), Semboller Sözlüğü, Bilge Kültür Sanat Yayınları, İstanbul.

Geertz,Cliffort(2010), Kültürlerin Yorumlanması, Dost Yayınları, Ankara.

Hançerlioğlu, Orhan(1975), İnanç Sözlüğü, Remzi Kitapevi, İstanbul

Köktürk, Milay(2014), Kültür ve Sembol, Aktif Düşünce Yayınları, İstanbul.

Özmen İsmail(1998), Alevi-Bektaşî Şiirleri Antolojisi 1-5, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.

Öztelli, Cahit(2004), Pir Sultan Abdal, Özgür Yayınları, İstanbul.

Parlatır, İsmail(1998), TDK Türkçe Sözlük C.2, TDK Yayınları, Ankara.

Salt, Alpaslan(2017), Semboller. Ruh ve Madde Yayınları, İstanbul.

Schimmel, Annemariye(2004), Tanrının Yeryüzündeki İşaretleri, Kabalcı Yayınları, İstanbul.

Uluç, Tahir(2009), İbn-i Arabî ve Sembolizm, İnsan Yayınları, İstanbul.

Yıldırım, Ergün(2016), Simurgun Kanatları, Tezkire Yayınları, İstanbul.

**FARKLI KÜLTÜR VE İNANÇLARA SAHİP DESTİNASYONLARDA  
GASTRONOMİNİN ŞEKİLLENMESİ: KUZEY KIBRIS ÖRNEĞİ**

**Emel OSMANLAR\***

**Doç. Dr. Nesrin M. BAHÇELERLİ\*\***

**Özet**

21. yy'ın en gözde turizm çeşidi olan gastronomi turizmi, beslenme gibi etrafındaki birçok olguyla etkileşim içerisinde. Gastronomi ve beslenme kavramlarının odak noktası insandır. Bu nedenle, bu çalışmada gastronomi ve beslenmenin en önemli yönlendiricileri olan inanç ve kültür kavramları ile ilgili bilgiler verilmiş ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde gastronomi kavramı incelenmiştir. Sonuç bölümünde ise, Kuzey Kıbrıs gibi, gastronomi turizmi alanında inanç ve kültür çeşitliliğinin bulunduğu destinasyonlarda, turizm aktivitelerinin sağlayacağı yararlar konusunda sektöre bilgiler sunulmaya çalışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Gastronomi, Kültür, Din, Gastronomi Turizmi, KKTC

---

**SHAPING GASTRONOMY IN DESTINATIONS WITH  
DIFFERENT CULTURES AND BELIEFS: NORTH CYPRUS EXAMPLE**

**Abstract**

Gastronomy tourism, which is the most popular tourism type of the 21st century, interacts with many phenomena around it such as nutrition. The focus of gastronomy and nutrition concepts is human. Therefore, in this study, information about the concepts of belief and culture, which are the most important guides of gastronomy and nutrition, has been given and the concept of gastronomy in the Turkish Republic of Northern Cyprus has been examined. In the conclusion part, it is tried to provide information to the sector about the benefits of tourism activities in destinations such as Northern Cyprus, where there is a variety of beliefs and cultures in the field of gastronomy tourism.

**Keywords:** Gastronomy, Culture, Religion, Gastronomy Tourism, TRNC

---

\*Yakın Doğu Üniv. Kıbrıs. ORCID: 0000-0001-6128-7939,aydin0emel@gmail.com

\*\*Turizm Fakültesi, Yakın Doğu Üniv. ORCID: 0000-0003-1657-3420,nesrin.menemenci@neu.edu.tr



**Giriş**

Gastronomi turizmi diğer turizm dalları ile karşılaştırıldığında oldukça geniş bir kitleye hitap etmektedir. Özellikle gastronominin kültür ile olan yakın ilişkisi onu, yeni kültür ve tatları denemek isteyen turistler için cazip bir aktivite haline getirmiştir (Hazarhun ve Tepeci, 2018, s. 3). Oldukça küçük olan bölgelerde bile turizm aktivitesinin gerçekleştirilmesini sağlayan gastronomi, bölge insanına gelir imkânı sunarken, gelen turistin de memnun olmasını sağlamaktadır (Sezgin ve Onur, 2017, s. 205).

Tarih boyunca insanların yaşam alanları, yaşam alanlarının iklimleri, yapmış oldukları göçler, kültür ve inançlarını şekillendirmiştir. Zamanla kültür ve inanç kavramları çerçevesinde toplumlar oluşmuş ve şimdiki hallerini almışlardır (Karaca ve Karacaoğlu, 2016, s. 582). Tarih boyunca insanlar bu kültürel öğeleri beslenme alışkanlıkları ile birleştirmiş ve mutfak kültürlerini meydana getirmişlerdir. Oluşan bu mutfak kültürleri, zamanla dini inançlar çerçevesindeki kuralları da içine alarak bugünkü halini almıştır (Solmaz ve Dülger Altiner, 2018, s. 109).

İnsanlığın ilk dönemlerinde dinin inançlara olan etkileri, dini ibadetlerde toplumca en sevilen yiyecek ve içeceklerin inanılan tanrı ve objelere sunulması şeklinde görülmektedir. Dini inançların farklılaşması ile yenilebilen ve yenilemeyen gıdalar kurallar ile belirlenmeye başlamıştır. Bu kurallar günümüzdeki farklı inanç gruplarında da mevcuttur (Beşirli, 2010, s. 165). İnançın beslenme üzerine olan etkisini İslam öncesi Türk toplumlarında sıklıkla tüketilen ve alkollü bir içecek olan “kırmızı” içeceğinin, İslam inancının kabul edilmesinin ardından tüketilmemesiyle gözlemleyebilmekteyiz (Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015, s. 43).

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde bugün farklı kültür ve inançlara sahip toplumlar yaşamını sürdürmektedir. Kıbrıs adası Yeşil Hat adı verilen sınırla iki ülkeye ev sahipliği yapmaktadır. Kıbrıs adasının kuzeyinde bulunan kısım adanın %35’i ile Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’ne aitken, %60’ı Güney Kıbrıs Rum Yönetimi’ne aittir. Kalan %3’lük kısım İngiltere’ye, %2’si de Birleşmiş Milletler Barış Gücüne aittir. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde Türklerin yanında, Rumlar, Maronitler, Ermeniler ve Romanlar yaşamaktadır. Bunun yanı sıra günümüzde İslam ve Hristiyanlık inancına sahip toplumların birarada yaşadığı bölgeler de bulunmaktadır. Adada farklı kültürlere sahip toplumların yaşamaya başlaması çok eski tarihlere uzanırken, çok inançlı yapının oluşması adaya Hristiyanlık ve İslam dininin gelmesi ile oluşmaya başlamıştır. Farklı kültür ve inançlar çerçevesinde gelişen mutfak kültürleri, gastronomik anlamda çeşitlilik sunmaktadır. Gastronomi kapsamında sadece gıda tüketimini bulunduran bir yapı değildir. Bir yemeğin yapımı için gereken malzemelerin üretimi, pişirme teknikleri, tüketimi gibi birçok öğeyi de içinde barındırdığından,

kültür ve inanç farklılıklarının bulunduğu destinasyonların gastronomi turizmine katkı sağladığını kabul edebiliriz. Bu bağlamda Kuzey Kıbrıs'ta yaşamakta olan farklı inanç ve kültürlerle sahip toplumların bir arada yaşadığı bölgelerin ülke turizmine katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Bu amaçla Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti gibi uluslararası alanda tanınmayan bir ülkenin gastronomisini nasıl geliştirebileceği ve bu gelişimin ülke turizmini nasıl etkileyeceği tartışılacaktır.

### 1. Gastronomi

Yemek yeme insanın doğduğu andan itibaren, yaşamını sürdürebilmesi için gerekli olan en önemli fizyolojik ihtiyaçlardan biridir. İnsanlığın gelişmesi ve toplumların oluşması ile bireyler birbirleriyle etkileşime girmeye başlamıştır. Bu etkileşim yemek yeme olgusunu da şekillendirmiştir. Gastronomi birçok şekilde tanımlanmaktadır. Yunanca gastri (mide) ve nomos (yasa, kural) sözcüklerinin bir araya gelmesi ile gastronomi terimi ortaya çıkmıştır (Sarışık ve Özbay, 2015, s. 264). Yiyeceklerin insanı, güzel bir manazara görmüş gibi etkilediğini ve bireyin yemeği tüketmesinin samimi bir davranış olduğunu savunan Myhrvold gastronominin bir sanat olduğunu savunmaktadır (Myhrvold, 2011, s. 15). Myhrvold'a göre yemek insanın zihnini ve duygularını, bir resim ve kelime kadar meşgul edebilir. Kısacası gastronominin yemek yemeyi bir sanata çevirdiğini vurgulamaktadır (Myhrvold, 2011, s. 13).

Paleolitik çağda homo habilis leşlerin etini kemikten sıyırmak için ilk kültür ögesi olan çay taşından bir ekipman elde edilmiştir (Uhri, 2017, s. 12). Mezopotamya yemek pişirme sanatının temellerinin atıldığı yer olarak kabul edilir. Bu temellerin bugünkü Anadolu ve Çin mutfağının oluşumunda önemli bir etkisi olduğu kabul edilmektedir (Özdemir ve Dülger Altınar, 2019, s. 2). Sonralarında Paris'te açılan bir restoranın yemek yemeyi, yaşama amacından ziyade zevk alınması gereken bir aktivite olarak tanımlaması yemek yeme kavramının değişmesine yol açmıştır. Gastronomi kelimesinin literatürdeki kullanımına bakıldığında ise, ilk olarak 4. yy. da Antik Yunan döneminde Sicilyalı Yunan Arcestratust'un Akdeniz bölgesinde yemek ve şarap konularını işlediği bir kitapta bahsedildiği görülmektedir (Şahin ve Enver, 2015, s. 134). Daha sonralarında, 10. yüzyılın başlarında Charles Monselet'in gastronomiyi "her koşul ve yaşta tadılabilen sanat" olarak tanımlaması ile gastronomi terimi tam olarak literatüre girmiş ve zenginleşmiştir (Zengin ve Erkol Bayram, 2020, s. 10). Tarihin ilk anlarından itibaren şekillenerek bugünkü halini alan gastronomi, bugün birçok farklı şekilde kendini ifade etmektedir. Gerek insan, gerek din, gerekse de kültürel anlamda kendine yer edinmiştir. Tüm bu olgulardan uzak olan bir gastronomi fikri kendine uzun süreli yer edinemeyip, yok olacaktır.

## 2. Gastronominin Önemi

Hem insan ile olan yakın ilişkisi hem de beslendiği kaynaklar gastronomiyi önemli hale getirmektedir. Beslenmenin önemli bir parçası olan yiyecek ve içecekler, zaman içinde farklı unsurlardan etkilenecek sanatsal ve bilimsel yöntemler ile farklı şekillerde karşımıza çıkmaktadır. Örneğin, bir geleneksel restoran ile tamamen yenilikçi bir restoranda aynı sebze veya etin pişirilişi ve sunuluş şekli tamamen farklı olabilir. Bu farklılık yemeği yapan kişiden başlayarak, hazırlanan ürün için gerekli gıdaların yetişmiş olduğu yere kadar çeşitli farklılıklardan kaynaklanmaktadır (Altaş, 2017, s. 85). Bugün Gaziantep ile bütünleşmiş olan kurutulmuş sebzelere bakacak olursak, geçmişte bölgede bulunan imkanlar dahilinde yapılan güneş altında kurutma işlemi bugün de çoğunlukla aynı yöntemle yapılmaktadır. Bunun sebebi yapılan kurutma işleminde kültürel yöntemlerden vazgeçilmemesidir. Bu gelenek geçmişten günümüze aktarılarak devamlılığı korumuş ve korumaya devam edecektir. Bu örnek çok basit bir şekilde gastronominin çevresi ile olan etkileşimi ve kuşaklar arası devamlılığını nasıl sağladığını göstermektedir.

Yine beslenmede en gerekli bilgilerden biri şüphesiz ki hangi gıdaların tüketilebilir, hangilerinin tüketilemez olduğu ile ilgilidir. Günümüz imkanlarında bu bilgilerin bazılarını kolaylıkla ulaşılabilir olması, gastronomi bu konuda önemini azaltamaz. Çalışkan (2013:41)'in gastronomiyi tanımlarken belirttiği gibi, bireylerin kendileri için ihtiyaç olan gıdaları bilip, seçip, hazırlamaları ve beraberinde bu gıdalardan zevk alarak tüketmeleri, gastronominin nesilden nesile bilgi ve kültür aktarımını nasıl sağladığının göstergesi olarak kabul edilebilir. Kısaca gastronomi, insanın hayatta kalabilmesi için, vücudun ihtiyacı olan gıdaların seçilmesi, hazırlanması ve servis edilmesi sürecidir. Bu süreçte insanlar birbirleri ile etkileşim içinde olmaktadır. Farklı inançlara sahip bireylerde bile bu geçerlidir. İnsanın yaradılışı gereği özünde, farklı kültür ve inançlarda bulunan geleneklerde, kendine yakın bulduklarını uygulama isteği yatmaktadır. Bu uygulamalar beslenmede uygulandığında gastronomi kavramının alanını geliştirmiştir. Gastronomi kavramı insan ile birlikte gelişme göstermiş, yemek yemenin ötesinde, tarih ve kültürle bütünleşmiş ve bir bilim dalı olmuştur. Bu nedenle gastronomi olgusu tek başına incelenemeyecek kadar genişlemiş ve etrafında bulunan her şeyle bütün oluşturan bir kavram halini almıştır.

## 3. Kültür ve Gastronomi

Tarihin günümüze kadar getirdiği en önemli yapılardan birisi mutfak kültürüdür. Mutfak kültürleri, geçmişten günümüze gelene kadar, çok büyük değişimler geçirmemişlerdir ve bu durum kültürel değerleri tarih boyunca muhafaza etmelerini sağlamıştır. Yeme-içme alışkanlıkları tarih boyunca etrafındaki kültürler ile etkileşim halinde olmuştur, bu nedenle bir bölgenin kültürü ile ilgili bilgi sahibi olabilmek için, o bölgenin beslenme alışkanlıklarına bakmak gerekmektedir (Durlu

Özkaya ve Sarıcan, 201, s. 40). Gastronomi yeme-içme ile ilgili her şeyi araştırmaktadır. Ancak bunu yaparken, gıdanın hazırlanması, servis edilmesi ve tüketilmesi dışında, tüm bu aşamalarda etkili olan inançları ve kültürel etkileri de çalışma alanına almaktadır (Gürsoy, 2017, s. 1298). Bu nedenle gastronomiyi yeme içme ve kültür arasındaki etkileşimi inceleyen bir bilim dalı olarak tanımlayabiliriz (Yılmaz Akçağozoğlu ve Koday, 2019, s. 539). Kodaş ve Dikici (2012:63) bir çalışmalarında, insanların farklı bir yemeği yerken farklı bir kültürel deneyim elde etmeyi arzuladıklarını belirtmişlerdir. Bu açıklamaya göre gastronominin kültürler arası etkileşimi arttırdığını söyleyebiliriz.

Gastronominin kültürel aktiviteleri kapsamaya başlaması ve kültürün de gastronominin içinde kendisine bu denli yer bulur hale gelmesi gastronomik kültür fikrini ortaya çıkarmıştır (Scarpato, 2002, s. 6). Bütünüyle gastronomi, her şeyden önce kültürü temsil etmektedir. Özünde gıdayı inceleyerek, pişirilen bir yemeğin insanın kökleri ile arasındaki bağı ortaya çıkarmaktadır. Bir yemeğin malzemeleri ve yapımında kullanılan teknikler, insanların kimlik yapılarını temsil etmektedir (Oktay ve Sadıkoğlu, 2018, s. 141). Tüm toplumlarda gastronomik kültür oluşurken, toplumların geçmişlerinden etkilenmiştir. İnsanların hayatta kalmak için verdikleri beslenme mücadelesi, günümüze gelene kadar gastronomik kültür halini almıştır. Bir bölgede yaşayan toplumların, diğer toplumlarla olan ilişkileri bu oluşumda önemli bir yer tutmaktadır. Ülkelerin aldıkları göçler ve ulaşım imkanlarının gelişmesi ile gerçekleştirilen seyahatler, yeni gıda maddelerinin keşfini de beraberinde getirmiştir (Durlu Özkaya ve Sarıcan, 2014, s. 42). Buna örnek olarak, ilk başta farklı pazarları ziyaret eden kabileleri, daha sonralarında ise askeri amaçlar ile gerçekleştirilen seferleri verebiliriz.

Mauss (2006:75) mutfak kültürünü sadece yemeklerin hazırlanışı ve tüketimi olarak sınırlandırmamaktadır. Ona göre, insanlar farklı alanlarda sahip oldukları kültürleri de mutfakta kullanmaktadırlar. Bir yemeğin hazırlanması, sunulması ve tüketimi sırasındaki hareketlerin, hayatın diğer alanlarındaki hareketlerle ilişkili olduğunu savunmaktadır. Mauss'un (2006:75) bu düşüncesine göre, paylaşma kültürünün yoğun olduğu bir toplumda, bir yemeği hazırlarken komşular ile birleşilmesi ve aynı şekilde tüketimi sırasında da beraber olunması gastronomik kültür kapsamına girmektedir. Aynı şekilde misafire saygının yoğun olarak gösterildiği toplumlarda, misafir yemeğe başlamadan yemeğe başlanmaması bir sofra kültürü halini almıştır. İnsanların, kültürel veya farklı sebepler ile gıdalara yükledikleri bazı değerler vardır (Shipman ve Durmuş, 2017, s. 93). Bu değerleri, yemek yemenin ve kültürün sosyal yapısı gereği düğün ve cenazeler gibi özel günlerde gözlemleyebilmekteyiz. Tüm bu oluşumlar insanların geçmişinden günümüze kadar gelerek gastronomi kültürü oluşurmaktadır (Tiger, 2020).

Sonuç olarak gastronomi kültürünü özetlemek gerekirse, yemek, insan ve kültürün birleşimidir diyebiliriz. Daha önce bahsetmiş olduğum yeme içme alışkanlıkları ve kültür etkileşimi gastronomi kültürünün köklerini oluşturmaktadır. Bu kökler insan yaşamındaki aktiviteler içinde şekillenerek de gastronomi kültürünün oluşumunu tamamlamaktadır. Günümüzde artık bir yemekten bahsederken, içerdiği malzemeleri bilmek, o yemeği biliyor olmak için yeterli değildir. Bir yemeği tam anlamıyla biliyor olmak için, onun geçmişini, insan ile olan etkileşimini ve bugün oluşturmuş olduğu kültürü bilmek gerekmektedir.

#### 4. Din ve Gastronomi

Gündelik hayatın içinde dini gözlemleyebilmek için, insanların gündelik aktivitelerine bakılabilir. Beslenme de din gibi insanın varoluşundan bu yana var olan bir olgudur. İnsanlık tarihinin ilk başlarında beslenme daha çok çevre, mevcut coğrafya ve besin kaynaklarına göre belirlenirken zamanla bazı inanışlar çerçevesinde şekillenmeye başlamıştır. Bu inanışları din olarak tanımlamak mümkün olmasa da, insanların ve toplumların inançlarını beslenme şekillerine ne derece yansıttığının örneği olarak kabul edebiliriz.

Dinin beslenme şekilleri üzerine olan etkileri ilk olarak 2. Dünya Savaşı sonrasında araştırılmaya başlanmıştır. Araştırmalar ilk olarak din ve ruhsal sağlık arasındaki ilişkileri inceleyerek başlamış ardından, dinin fiziksel sağlıkla olan ilişkisine yönelmiştir (Emmons ve F. Paloutzian, 2003, s. 388). Yapılan bazı araştırmalar göstermiştir ki, amacı sağlığı korumak olarak belirtilen din kavramı, bu işlevini yerini getirmektedir. Bununla beraber insanlar bedeninin ihtiyacı olan gıdaları temin ederken, ruhun ihtiyaçlarını da gidermektedirler (Zulling vd., 2006, s. 256). Fieldhouse'a (1998:72) göre insanlar, dini yaptırımlara göre beslenirken inanmış oldukları ilahi güce olan bağlılıklarını ve inançlarını gösterirler ve o ilahi güçle iletişim kurduklarına inanırlar. Bununla beraber, beslenmedeki dini yaptırımlara uyarak kendilerini inanmayan veya farklı inançlara sahip bireylerden ayırarak, dini inançlarına karşı aidiyet duygusu geliştirirler.

Yiyecekler, insanlığın her boyutu ile bağlantı içindedir. Toplumlar kültürel yaptırımlara cevap vermek için yemeklerin hazırlanmasında ve tüketilmesinde belirli kalıplara uyarlar. Tüketilen besinlerin sosyal inançlara uygun olması, gıdaların tüketilmesinde en önemli nedenlerden biridir (Eastwood, 1997, s. 12). İnsanların beslenmelerinde dinin yansımaları iki farklı şekilde gözlemlenebilmektedir. Bunlardan ilki, her dinin insanlar için tüketime uygun bulunduğu ve bulmadığı gıdalardır. Din bu tür yaptırımlar ile, ona inananları inanmayanlardan ayırt edici kılmaktadır. Diğeri ise belirli zaman aralıklarında belirli gıdaları tüketmemek veya hiçbir şey yemeyip içmemek olarak belirtilmektedir (Sabaté, 2004, s. 199). Beslenmeye belirli kısıtlamalar

getiren din, bunu yaparken insan gibi hayvanlarında yaşamlarına yön verir ve insanın etrafındaki herşey ile olan iletişimi düzenler. Tüm bu yaptırımlar insan hayatında bir disiplin sağlamaktadır. Bireyler dini yaşamları boyunca öğrenerek, buldukları her yere onu taşırlar (Ossa, 2020, s. 2).

## 5. Din ve Kültür

Toplumların sahip olduğu kimliklerin oluşumunda en önemli etkenlerden biri de dindir. Elbette bu kimliğin oluşumunda sadece din etkili olmamaktadır. Kültür de din gibi bu kimliğin oluşmasına katkı sağlamaktadır. Kültür ve din bu işlevi yerine getirilerken, kültür dinin yansıması olarak işlev görmektedir (Staubli, 2016, s. 58). Bu nedenle kültürü, dinin insan aktivitelerinde hareket bulmuş hali olarak nitelendirebiliriz. Bu hareketlerin yansımalarını da yeme içme alışkanlıklarında sıkça gözlemleyebilmekteyiz.

Din gibi yemekler de toplumlarda simgesel özellikler taşımaktadırlar (Emiroğlu ve Aydın, 2019, s. 16). Tüketilen gıdalar, ait oldukları toplumların geleneklerini, kültürlerini ve inançlarını yansıtmaktadırlar. Herhangi bir gıdanın tüketiminde gerekli olan kurallar din tarafından belirlenirken ve bu kuralların uygulanmaya geçmesi ile kültürel bir aktivite halini alır. Bu şekilde din, kültürel bir süreç olarak işlev görmeye başlar. Süreç içerisindeki tüm aktiviteler kültür, bu aktivitelerin nedeni ve destekleyicisi ise din olarak kabul edilir (Ivakhiv, 2007, s. 53).

Kültürel aktiviteler ile geçmişteki inançlar günümüze taşınırken, din geleceğe dönük tüm hareketlerde rehberdir. Bu işlevi ile din, geleneklerin korunmasını da sağlamaktadır (Dawson, 1948, s. 4). Bugün toplumların kültürlerine sahip çıkmasının ardındaki neden dini dürtülerdir. Çünkü her toplumun sahip olduğu kültürün büyük bir kısmı inançlar ile oluşmaktadır (Dawson, 2020, s. 182). İnsanoğlu yaradılışı gereği, bir şeylere inanma ihtiyacı duyar. İnsanların aktivitelerinin bir anlam ifade etmesi onlara tatmin olma duygusunu hissettirmektedir. Ancak bu tatmin duygusunun yaşanabilmesi için derin nedenler gerekmektedir. Bu nedenle kültürel aktivitelerde inanılan dinin gerekliliklerini uygulamaya dökmek bireye bu duyguyu hissettirir.

Dinin varoluşundan beri, öğrenilmesinde ve gelecek nesillere aktarılmasında en önemli etken kültürdür. Aynı şekilde dinin olmadığı bir yerde kültür tam anlamıyla kültür halini alamaz. İki olguyu birbirinden ayırmak mümkün değildir. Her birinin varoluşu diğerini var etmektedir. İnsanların yaşamlarında bu bütünlüğü gözlemleyebilmenin en iyi yolu, beslenme alışkanlıklarıdır. Çünkü beslenme alışkanlıkları, inançların kültürle somutlaştırılarak uygulandığı, öğrenildiği ve gelecek nesillere aktarıldığı alışkanlıklardır.

**6. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde Farklı İnanç ve Kültürlü Yapı**

46 yılında St. Barnabas ve Antakyalı Aziz Paul Hristiyanlık dinini yaymak için adaya gelirler. O yıllarda adanın yönetimi, Roma tarafından atanan Vali Sergius Paulus tarafından yapılmaktadı. Barnabas ve Aziz Paul'un Vali Paulus ile geliştirdikleri arkadaşlıkları sonucunda, Paulus Hristiyanlığı kabul ederek Hristiyan olmuştur. Valinin Hristiyan olması adada Hristiyanlığın yayılmasını hızlandırmıştır. Kıbrıs adası Akdeniz'deki konumu nedeniyle birçok inancın uğrak yeri olmuştur. İslam dininin adaya gelişi, Hristiyanlıktan daha sonra olmuştur. Adaya ilk İslam seferleri Muhammed Peygamber'in ölümünden sonra gerçekleşmiştir. Peygamberin İslam dinin yayılmasında Kıbrıs adasının öneminin üzerinde durması üzerine, halife Ebu Bekir döneminde adaya ilk seferler düzenlenmiştir. 632 yılında gerçekleştirilen sefer ile Kition şehri ele geçirilir. Kition, Fenikelilerin hâkim olduğu bugün ki Larnaka merkezli bölgedir. Adada İslam hakimiyeti, İslam devletinin zayıf donanması nedeni ile kısa sürmüştür (Suiçmez, 1998, s. 22). Adanın 1570 yılında Venedik hakimiyetinden çıkıp Osmanlı hakimiyetine tekrar girmesiyle İslam adada kalıcı bir hal almıştır. Osmanlı yönetimi adada İslam dinini kalıcı hale getirmek için, adaya Türk nüfusunu getirtmiştir (Şahin İ. , 2015, s. 342).

1974 sonrası Karpaz Yarımadası'na Türkiye'den gerçekleştirilen nüfus mübadelesi ve savaş sonrası Güney Kıbrıs'a dönmeyip Karpaz Yarımadası'nda yaşamayı tercih eden Rumlar, bölgede bugünkü ikili inanç sitemini oluşturmuşlardır. Karpaz Yarımadası'nda yaşayan Türkler ve Rumlar ibadetlerini arzu ettikleri şekilde gerçekleştirebilmektedirler.

Din, insanlar arasında ayırıştırıcı bir unsur olarak kabul edilse de insanlar kendi dini inançlarında yasaklanmış olmayan gıdalar konusunda esnek davranabilmektedirler. Farklı dinler, birbirlerinde farklı görmedikleri konularda kültür alışverişinde bulunabilmektedirler. Bu bağlamda iki din arasında benzer sayılabilecek konularda, beslenme ve mutfak kültüründe de benzerlikler gözlemlenebilmektedir. İslam ve Hristiyanlık inancında haram gıdalar konusunda çok benzerlik olmamakla birlikte, helal gıdalar konusunda benzerlikler görülmektedir. Her iki inanç sisteminde de insan sağlığı ön planda tutulmaktadır ve insanların bu kıstasa göre beslenmelerinin gerekliliği vurgulanmaktadır. Bu bağlamda Karpaz Yarımadası'nda farklı inançlar, ortak bir mutfak kültürünün oluşmasında katkı sağlamış olması mümkündür. Ortak mutfak kültürlerinde, coğrafi işaret olarak kabul edilen yiyecek ve içecekler gastronomi turizmüne olan talebi arttırmaktadır (Töre vd., 2017, s. 65). Coğrafi işarete sahip olan ürünler sadece buldukları bölgede yetiştirilen ürünlerden elde edilir ve bölge insanın sahip olduğu kültürel pişirme şekilleriyle hazırlanır (Hazarhun ve Tepeci, 2018, s. 372). Bu tanımlamaya göre coğrafi işaretli yiyeceklere sahip olan bölgelerde farklı inanç ve kültürlerin bulunması, coğrafi işaretlere sahip yiyeceklerin çeşitlenmesini

sağlayacaktır. Aynı şekilde coğrafi işaret elde edilmesinde etken olan nedenler inançlar ve kültürel çeşitliliktir. Çünkü insan hareketlerinin çoğu dini inançlar ve kültür etrafında şekillenir. Özellikle kırsal bölgelerde farklılık gösteren inanç ve kültürler, bölgenin sahip olduğu coğrafi ürünlere olan turist talebini arttır, yerel halkın gelir elde etmesini ve bu ürünlerin korunması ile sürdürülebilirlik sağlar (Toklu ve Pekerşen, 2019, s. 2254).

Bugün Kuzey Kıbrıs mutfağından söz ederken Akdeniz ve Anadolu etkilerini gözlemleyebilmekteyiz. Tarihi boyunca egemenliği altında bulunduğu İtalyan, Arap, Venedik, İngiliz ve Ceneviz kültürlerinin birleşimi, son olarak Osmanlı egemenliği ile son bulmuş ve ada bugünkü mutfak kültürü yapısını almıştır. Kuzey Kıbrıs mutfağının öne çıkan ürünleri arasında mezeler ve kebaplar yer almaktadır. Özellikle Hristiyan ve İslam inancının ortak bulunduğu bölgelerde iki kültürün etkilerini yemeklerde gözlemlemek mümkündür. Anadolu'dan adaya getirilen İslam nüfusunun yemeklerinde acıya çok yer vermemeleri, Hristiyan nüfusun kebab türü yemekleri pişirmeleri bunun bir göstergesi sayılabilir. Elbette Kuzey Kıbrıs mutfak kültürü üzerine sınırlı sayıda bulunan çalışmalar sebebiyle bu konu üzerine örnekler verilmesinde zorluklar meydana gelmektedir. Molohiya yemeğini bu sınırlılıklar içerisinde örnek olarak verebilmekteyiz. Kıbrıs mutfak kültürüne Arap toplumlarından geldiği düşünülen ve bugün hem İslam hem de Hristiyan inancına sahip bireyler tarafından pişirilip tüketilen bir yemek olarak her iki kültürde de önemli yere sahiptir. Elbette adanın her iki bölgesinde de coğrafi işaret olarak kabul edilen Hellim'i de bu örnekler arasında sayabiliriz (Çavuşoğlu ve Çavuşoğlu, 2018, s. 640).

Günümüzde turistlerin gittikleri bir reston veya otelde sadece yemek yemekden ziyade, eğlenmeyi ve öğrenmeyi arzuladıkları bir akım olarak adlandırılan Yaşayan Mutfak uygulamaları, farklı inanç ve destinasyonların pazarlanmasında ve turizm alanında işletmelere rekabet sağlayabilmesi açısından önem arz etmektedir. Yaşayan Mutfak uygulamaları, turistin yemek yerken yediği yemek ile ilgili bilmediği şeyleri öğrenmesi veya o yemeği yerinde, yerel halk tarafından yapılırken görmesini içermektedir (Erdem ve Akyürek, 2017, s. 110). Kuzey Kıbrıs'da farklı inançların ve kültürlerin bulunduğu destinasyonlarda bu uygulamalar etkili bir şekilde uygulanabilir. Özellikle Karpaz Yarımadası'nda, Yaşayan Mutfak uygulamalarının uygulanmasına olanak sağlayacak ölçüde dini ve kültürel çeşitlilik bulunmaktadır. Bölge halkının bu çeşitliliği 40 yılı aşkın süredir sürdürdüğü göz önünde bulundurulacak olursa, bu tür uygulamalar Karpaz Yarımadası'nda gerçekleştirilen turizm hareketlerine Yaşayan Mutfak uygulamalarının da dahil edilmesi düşünülebilir. Bu uygulamalar bölgenin sahip olduğu gastronomik zenginliğin tanıtılmasında faydalı olacaktır.



## Sonuç ve Öneriler

Görüldüğü üzere gastronomi kavramı kültür ve din kavramlarından bağımsız olarak düşünülemez. Hatta bu kavramlar olmadan gastronomi tanımlamaları eksik bile kalabilir. Mutfak kültürleri buldukları bölgelerin iklim, coğrafya, ulaşım gibi tüm koşullarının ürünüdür ve bugün ki turizm hareketlerinin büyük çoğunluğunu oluşturmaktadır.

Bölgelerin sahip olduğu ürünlerin coğrafi işarete sahip olmaması çok kültürlü yapıya sahip bölgelerdeki turizm aktivitelerinde bir gerilemeye sebep olmamaktadır. Özellikle Kuzey Kıbrıs gibi uluslararası alanda tanınmayan ve ekonomik olarak dışa bağımlı bir ülke için bu bölgelerde gerçekleştirilen festivaller ve bölge kültürünü yansıtan tüm organizasyonlar sayesinde turistler destinasyonlara çekilebilir ve bu da gastronomi turizmi kapsamında bölgeye rekabet etme şansı tanımaktadır (Bakırcı vd., 2017, s. 235).

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, ekonomisinin en önemli kaynağı, turizm hareketleridir. Özellikle sahip olduğu doğal güzellikleri ve plajları ile birçok ülkeden turist çekmektedir. Ülke gastronomisi her ne kadar literatür alanında zayıf olsa da ülkenin sahip olduğu yerel bitkileri, yemekleri, ekmekleri, tatlıları ve bunların ardındaki kültürel değerler tanıtılmaya değerdir. Özellikle günümüzde gastronomi turizmi kavramı bu kadar yaygın hale gelmişken, bir yemeğin ardında var olan kültür ve inanç özellikleri bu ürünlerin tanıtılmasında önemli yer tutmaktadır. Farklı inanç ve kültürlerin bir arada bulunduğu destinasyonlarda gastronomi hareketinin desteklenmesi, ülkeye ekonomik olarak katkı sağlayacak ve tanınmasına yardımcı olacaktır. Bununla birlikte özellikle yaz aylarında turist çeken bölgelerde turist talebinin yoğun olmadığı dönemlerde de ülkeye turist çekilebilecek ve bu da sürdürülebilirliği sağlayacaktır. Kuzey Kıbrıs'da farklı inançlara sahip toplumların bir arada yaşadığı bölgeler kırsalda yer almaktadır. Yine bu alanda gerçekleştirilecek bir turizm hareketi, bölge insanların kalkınmasını sağlayacaktır.

### Kaynakça

- Akkuş, G. (2017). Kış Turizmi Destinasyonunda Yaşanan Unutulmaz Turizm Deneyimleri: Kültürlerarası Karşılaştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(3), 223-236.
- Altaş, A. (2017). Ülke Tanıtım Çalışmaları Kapsamında Kullanılan Gastronomik Ögeler: "Home of Turkey" Kampanyası Afişleri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Gastronomy and Tourism Studies*, 5(2), 81-102.
- Aydemir, A. (2012). Kutadgı Bilig ve Divanu Lügât-it-Türk'e Göre "Saç-Sakal" Kültürü Üzerine. *Turkish Studies*, 7(3), 329-350.
- Bakırcı, G. T., Bucak, T., & Turhan, K. (2017). Bölge Gastronomi Turizmi Üzerine Yöresel Ürün Festivallerinin Etkisi: Urla Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 230-240.

- Beşirli, H. (2010). Yemek, Kültür ve Kimlik. *Milli Folklor*, 22(87), 159-169.
- Birdir, K., & Akgöl, Y. (2015). Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 57-68.
- Bloom, P. (2012). Religion, Morality, Evolution. *Annual Reviews*, 63, 179-199.
- Cömert, M., & Durlu Özkaya, F. (2004). Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi. *Journal of Gastronomy and Tourism Studies*, 2(2), 62-66.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. *Journal of Gastronomy and Tourism Studies*, 18(3), 39-48.
- Çavuşoğlu, M., & Çavuşoğlu, O. (2018). Gastronomi Turizmi ve Kıbrıs Sokak Lezzetleri Üzerine Bir Araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(3), 637-651.
- Dawson, C. (1948). *Religion and Culture*. New York: Ams Pr Inc.
- Dawson, C. (2020, April 20). A Bibliography. *The Harvard Theological Review*, 66(2), 177-206.
- Durlu Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S., & Can, A. (2013). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretleme'nin Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 13-20.
- Durlu Özkaya, F., & Sarıcan, B. (2014). Latin Amerika Mutfağının Kültürel Etkileşim Yolu. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2, 36-45.
- Düzgün, E., & Durlu Özkaya, F. (2015). Mezopotamya'dan Günümüze Mutfak Kültürü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 41-47.
- Eastwood, M. (1997). *Principles of Human Nutrition*. United Kingdom: Chapman and Hall.
- Eliot, T. (1987). *Kültür Üzerine Düşünceler*. Ankara: Kültür Bakanlığı.
- Emiroğlu, K., & Aydın, S. (2019). *Antropoloji Sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Emmons, R., & F. Paloutzian, R. (2003). The Psychology of Religion. *Research Gate*(53), 377-402.
- Erdem, R., Adıgüzel, O., & Kaya, A. (2010, Ağustos-Aralık). Akademik Personelin Kurumlarına İlişkin Algıladıkları ve Tercih Ettikleri Tercih Ettikleri Örgüt Kültürü Tipleri. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(36), 73-88.
- Erdem, B., & Akyürek, S. (2017). Yeni Bir Mutfak Akımı: Yaşayan Mutfaklar. *Journal of Gastronomy and Tourism Studies*, 40(12), 103-122.
- Filedhouse, P. (1998). *Food and Nutrition: Customs and Culture*. Canada: Stanley Thornes.
- Foster, M. L. (1994). *Symbolism: The Foundation of Culture*. United Kingdom: Routledge.
- Geertz, C. (2010). *The Interpretation of Cultures*. Ankara: Dost Bookstore.
- Gürsoy, Y. (2017). Giresun Merkez Yöresinde Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Journal of International Social Research*, 10(51), 1296-1304.
- Hazarhun, E., & Tepeci, M. (2018). Coğrafi İşarete Sahip Yöresel Ürün ve Yemeklerin Manisa'nın Gastronomi Turizmine Katkısı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*(2), 371-389.
- Işık, N. E. (2009). Kültürel Bir Kimlik Olarak Delikanlılığın Yükselişi. *Doğu Batı Düşünce Dergisi*(15), 121-130.

- Ivakhiv, A. (2007). Religion, Nature, and Culture: Theorizing the Field. *Journal for the Study of Religion, Nature and Culture*, 43(2), 48-57.
- Karaca, O. B., & Karacaoğlu, S. (2016). Kültür, Din ve Yemek Kültürü Etkileşiminde Arap Mutfağının Kavramasal Olarak İnceelenmesi:Adana İli Örneği. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*,15, 562-584.
- Keskin, Y. M. (2014). Generality Over the Relations of Religion and Society. *Journal of Religious Studies Academic Research*, 5(2), 7-21.
- Kodaş, D., & Dikici, E. (2012). Ahlat Kırsal Bölgesinde Gastronomi Turizminin Muhtemel Toplumsal Etkileri zerine Nitel Bir Araştırma. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(2), 51-68.
- Mauss, M. (2006). Techniques of the Body. United Kingdom: *Taylor and Francis* , 70- 88.
- Mutangi, T. (2008). Religion, law and human rights in Zimbabwe. *African Human Right in Zimbabwe*, 526-545.
- Myhrvold, N. (2011). The Art in Gastronomy A Modernist Perspective. *Gastronomica: The Journal of Food and Culture*, 11(1), 13-23.
- Oktay, S., & Sadıkoğlu, S. (2018, Haziran). The Gastronomic Cultures' Impact on the African Cuisine. *Journal of Ethnic Foods*, 5(2), 140-146.
- Ossa, J. S. (2020). Foods and Goods. *Research Gate*, 12, 1-3.
- zdemir, G., & Dülger Altner, D. (2019, Haziran). Gastronomi Kavramları ve Gastronomi Turizmi Kavramları zerine Bir inceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1-14.
- Sabat, J. (2004). Religion, Diet and Research. *British Journal of Nutrition*,9, 199-201.
- Sarışık, M., & zbay, G. (2015). Gastronomi Turizmi zerine Bir Literatür İncelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 264-278.
- Scarpato, R. (2002). *Tourism and Gastronomy*. (A.-M. Hjalager, & G. Richards, Eds.)  
United Kingdom: Taylor and Francis Group.
- Sezgin, A. C., & Onur, M. (2017). Kültür Mirası Düğün Yemeklerinin Gastronomi Turizmi Açıısından İncelenmesi:Erzincan İli Örneği. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*,13, 203-214.
- Shermer, M. (2020). *How We Believe: The Search for God in an Age of Science*.  
United States: W.H. Freeman and Co. Ltd.
- Shipman, D., & Durmuş, B. (2017). The Effect of Culture on Food Consumption; a Case of Special Religious Days in Turkey. *Journal of Food Research*, 6(2), 92-99.
- Solmaz, Y., & Dülger Altner, D. (2018). Türk Mutfak Kültürü ve Beslenme Alışkanlıkları zerine Bir Değerlendirme. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 108-124.
- Staubli, T. (2016). Cultural and Religious Impacts of Long-Term Cross-Cultural Migration Between Egypt and the Levant, in Journal of Ancient Egyptian Interconnections. *Journal of Ancient Egyptian Interconnections*,8(3), 50-88.

- Suiçmez, Y. (1998). *Türk Dünyası Dini Meseleleri Sempozyumu*. Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Diyanet İşleri Yayıncılığı.
- Şahin, S. (2004). A Study of School Culture with Some Features of School as Perceived by Teachers and Principals. *Educational Administration in Theory and Practice*(39), 458-474.
- Şahin, G. G., & Enver, G. (2015). Gastronomy Tourism As a Commodity Destination Marketing: A Research of İstanbul's Gastronomy Tourism Potential. *Journal of Gastronomy and Tourism Studies*, 4, 131-154.
- Şahin, İ. (2015, Ağustos). Geçmişten Günümüze Kıbrıslı Rumlar: Dil, Din ve Kimlikleri. *Ululararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(39), 340-353.
- Tiger, L. (2020, April). Retrieved from Social Issues Research Center: <http://www.sirc.org/articles/tigerpleasure.html>
- Toklu, S., & Pekerşen, Y. (2019). Coğrafi İşaretli Gastronomik Bir Değer Olan Karaman Divle Obruğu Tulum Peynirinin Bölge Halkı Tarafından Algılanması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3), 2251-2273.
- Töre, B. H., Sandıkçı, M., & Çelik, S. (2017). Gastronomik Kimlik Oluşturmada Yöresel Ürünlerin Rolü: Ürünlerin Satış ve Pazarlanmasına Yönelik Bir Örnek Olay İncelemesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 32(5), 64-76.
- Uhri, A. (2017). *Anadolu Mutfak Kültürünün Kökenleri*. Ege Yayınları.
- Ünügür, M., & Beyhan, G. (2009). Çağdaş Gereksinimler Bağlamında Sürdürülebilir Turizm ve kimlik Modeli. *İTÜ Dergisi*, 4(2), 79-87.
- Wilson, E. O. (2006). *On Human Nature*. United States: Harvard University Press.
- Yılmaz Akçagözoğlu, E., & Koday, S. (2019). Kültürel Coğrafya Bakımından Osmaniye İlinin Kültürü. *Journal of Graduate School of Social Sciences*, 23(2), 537-552.
- Zağralı, E., & Akbaba, A. (2015). Turistlerin Destinasyon Seçiminde Yöresel Yemeklerin Rolü: İzmir Yarımada'sını Ziyaret Eden Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 10(40), 6633-6644.
- Zengin, B., & Erkol Bayram, G. (2020). *Gastronomi Turizmi Üzerine Kavramsal Bir İnceleme*. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/286250190>
- Zulling, K. J., Ward, R. M., & Horn, T. (2006, Ocak). The Association Between Perceived Spirituality, Religiosity, and Life Satisfaction: The Mediating Role of Self-Rated Health. *Social Indicators Research*, 6, 255-274.

**BİR KRİPTO PARA BİRİMİNİN PAZARDAKİ GELİŞİMİ VE KÜRESEL BİR MARKA OLMA HİKÂYESİ: BITCOİN ÖRNEĞİ****Dr. Öğr. Üyesi Ruhan İRİ\*****Özet**

Son zamanlarda finansal pazarlama kapsamında küresel olarak, hem tüketicilerin e-ticarette harcama yaptıkları dijital (sanal) bir para birimi olarak görülen hem de bir yatırım ürünü veya değer saklama aracı şeklinde algılanan ve popüleritesi sürekli artan Bitcoin kripto para birimi, uluslararası ve ulusal düzeyde tüketiciler ile kamuoyunun ilgisini çekmektedir. Araştırma, finansal pazarlama çerçevesinde küresel dijital (sanal) bir ürün olan Bitcoin kripto para biriminin pazarlama uygulamaları ile gerçekleştirdiği ve oluşturduğu yenilikçi pazarlama stratejilerini tespit etmek, Swot analizini yapmak ve pazarlama teorisi içerisinde değerlendirmesini gerçekleştirmenin yanı sıra, pazarlama açısından başarılı ve başarısız yönlerini ortaya koymak, tartışmak ve uygulamayla teori arasında köprü kurmak amacıyla hazırlanmıştır. Aynı zamanda küresel dijital (sanal) bir kripto para birimi olan Bitcoin'in markalaşma süreci, marka değeri ve marka derecelendirmesi ile gerçekleştirdiği konumlandırma pazarlama faaliyetleri doğrultusunda incelenmiştir. Araştırma, internet kullanımının yaygınlaşması ve Covid-19 pandemi süreciyle birlikte Bitcoin kripto para biriminin bilinirliği konusunun tüketiciler ile kamuoyu tarafından anlaşılması ve literatüre katkı sağlaması bakımından önemlidir. Çalışmada kullanılan veriler ve bilgiler, Bitcoin kayıtlarına ve Bitcoin kripto para biriminin ortaya çıkışından günümüze kadar konuyla ilgili yapılan bilimsel araştırmalardan elde edilen ikincil verilerin yanı sıra, araştırmacı deneyimleri ve gözlemleri ile markanın internet sitesinde yer verilen bilgilerinden geniş çapta yararlanılarak düzenlenmiştir. Araştırma gözlem yöntemi ışığında gerçekleştirilmiştir. Bitcoin en düşük fiyatlarla pazara sunulması ve bir halk markası olarak konumlandırılmasıyla birlikte zamanla hızla artan fiyatı, marka değeri ve marka derecesi sayesinde Bitcoin kripto para birimi dünyadaki finansal varlık pazarında hızla küresel bir marka olmayı başarmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Bitcoin, Kripto Para Birimi, Pazarlama, Marka.

**THE DEVELOPMENT OF A CRYPTO CURRENCY IN THE MARKET AND THE STORY OF BECOMING A GLOBAL BRAND: THE BITCOIN EXAMPLE****Abstract**

Bitcoin crypto currency is a digital (virtual) currency that consumers spend in e-commerce within the scope of global financial marketing, which is perceived as an ever-increasing investment product or value storage tool. In addition, it attracts the attention of consumers and the public at international and national level. This research, within the framework of financial marketing, aims to identify the innovative marketing strategies that Bitcoin has developed and created with its marketing practices, to make Swot analysis and to evaluate it within the marketing theory, as well as to discuss and reveal the successful and unsuccessful aspects from marketing perspective, and to to make a bridge between practice and theory. At the same time, the branding process of Bitcoin, its brand value and its positioning with brand rating have been examined in line with its marketing activities. The research is important in terms of the widespread use of the internet and the awareness of the Bitcoin crypto currency with the Covid-19 pandemic process by consumers and the public and contributing to the literature. In this study, in addition to the Bitcoin records and secondary data obtained from scientific research on the subject since the emergence of Bitcoin, the experiences and observations of the researchers and the information on the brand's website were used. The research was carried out in the light of the observation method. With the introduction of Bitcoin at the lowest prices and positioning it as a public brand, Bitcoin cryptocurrency has quickly managed to become a global brand in the financial asset market in the world, thanks to its rapidly increasing price, brand value and brand rating.

**Keywords:** Bitcoin, Crypto Money, Marketing, Brand.

\*Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, ruhaniri@ohu.edu.tr

Orcid no: 0000-0002-5981-9673. Araştırma Makalesi. Sayfa Sayısı: 720-746

Makale Geliş Tarihi: 07.02.2021 Makale Kabul Tarihi: 20.04.2021 Makale Yayın Tarihi: 05.05.2021

## GİRİŞ

Örnek olay şeklinde değerlendirilen ve hazırlanan araştırmalarda, kişilerin, markaların veya işletmelerin yaşadıkları ve yaşayabileceği problemlerin, gelişimlerin ya da özelliklerin irdelenmesi, olayı işletmeci ya da yönetici adaylarına değişik bilimsel yaklaşımlarla çözüme olanağı vermekte ve üst, orta veya alt yönetici ile yönetici adaylarının bilgi ve yeteneklerini geliştirici veya stratejik karar vermesinde önemli katkılar ortaya koyabilmektedir. (Uzun, 2005: 2). Bitcoin kripto para birimi konusu akademik olarak değerlendirildiğinde, bu alandaki bilimsel yayınların oldukça sınırlı olduğu, sınırlı sayıdaki akademik yayınların ise büyük bir bölümünün Bitcoin'in genel olarak incelendiği finans, muhasebe ve ekonomi odaklı yayınlar olduğu gözlemlenmektedir (Ünsal ve Kocaoğlu, 2018: 55). Disiplinler arası (mühendislik, finans, pazarlama) ortak araştırmalara olanak sağlayan bir konu olan Bitcoin kripto para birimi konusunda pazarlama alanında çok az sayıda akademik çalışma olması, Bitcoin kripto para biriminin pazarlamasında ve küresel bir markaya dönüşmesinde oluşan aşamaların değerlendirilmesini önemli yapmaktadır. Araştırma tüketici ödemelerinde kullanılan somut para çeşitlerinden yavaş yavaş dijital (sanal) para ürününe geçilmesinde ortaya konan pazarlama faaliyetlerinin incelenmesi bakımından önemlidir. Aynı zamanda araştırma sonuçları, yatırım araçları konusunda gelecek dönemlerde yapılabilecek finansal pazarlama araştırmalarında kullanılması ve literatüre katkı sağlaması bakımından da önemlidir.

Son yıllarda gelişmiş ülkelerde nakit veya kâğıt para birimlerinin kullanımı hızla azalmakta ve somut para birimlerinin yerini daha çok dijital (sanal) para birimleri almaktadır. Kamuoyunda oluşan olumsuz algılamalarına karşın, kullanımının tüketicilere çekici gelmesi sebebiyle, birçok devlet, kamu ve özel kurum/kuruluş ile tüketiciler tarafından başta Bitcoin olmak üzere diğer kripto para birimlerinin kullanımının her geçen gün hızla yaygınlaşarak artması, uluslar arasında ortak bir para birimi kullanma düşüncesini destekleyecek niteliktedir. Dolayısıyla, kripto para birimleri içerisinde en bilinen, yaygın olarak kullanılan ve popüler olan Bitcoin kripto para biriminin pazarlama çerçevesinde ayrıntılı bir biçimde analiz edilmesi büyük önem taşımaktadır. Son zamanlarda kripto para birimlerine artan tüketici ve kamuoyu ilgisinin yanı sıra Bitcoin kripto para biriminin kısa süredeki proaktif ve istikrarlı değer artışı ile marka olarak başarıyı yakalamasının yanı sıra, küresel marka olmasında zorluk yaşamaması sebebiyle araştırma problemi olarak bu konu seçilmiştir. Araştırmada, finansal pazarlama çerçevesinde küresel dijital (sanal) bir ürün olan Bitcoin kripto para birimi ürününün, küresel bir marka olma sürecinde oluşan her türlü nitelikli pazarlama faaliyetleri incelenmektedir.

İlk harfi büyük olarak yazılan Bitcoin özel bir kripto para birimi (dijital para) ve bunun altında yatan teknolojiyi ifade etmektedir. İlk harfi küçük olarak yazılan bitcoin ise bozuk para anlamına gelen diğer kripto para birimlerinin tamamına verilen ortak bir nitelik adlandırılmasıdır. Araştırmada, küresel olarak finans sektöründe ve finansal pazarlama kapsamında Blockchain veya blokzinciri

olarak geçen Blockchain teknolojisinin temelini oluşturan Bitcoin kripto para biriminde, uygulanan pazarlama politikaları değerlendirilerek, küresel bir marka hale gelmesinde ortaya koyduğu pazarlama stratejilerini tespit etmekle birlikte, başarı ve başarısızlık nedenlerini analiz etmek ve uygulamayla teori arasında köprü kurmak hedeflenmektedir. Ayrıca, araştırmayla Bitcoin kripto para biriminin markalaşma sürecinde uygulanan pazarlama faaliyetleri incelenmekte olup ilgili sektörde ve diğer tüm sektörlerde faaliyet gösteren diğer işletmeler ve yöneticileri için tavsiye ve önerilerin oluşturulabilmesi de sağlanabilmektedir. Araştırmada, kripto para birimleri içerisinde en bilinen, en yaygın olarak kullanılan ve işlem hacmi en yüksek olan Bitcoin kripto para birimi hakkında genel bilgilere yer verilmekte, pazarlaması, konumlandırması, güçlü ve zayıf yönleri ile sunduğu fırsatlar ve karşı karşıya bulunduğu tehditler gibi konuları ayrıntılı bir biçimde ortaya konulmaktadır.

### 1. Bitcoin Kripto Para Birimi Hakkında Genel Bilgiler

Bitcoin'in merkez kabul edildiği dijital veya sanal para birimleri fiziksel bir varlığı temsil etmeyen ya da merkezi bir kuruluşu ve hukuki düzenlemesi olmayan para birimi olarak bilinmektedir (Cihangir vd., 2019: 506). Bitcoin, kelime anlamıyla internette kullanılan bozuk para olarak isimlendirilmekte, bilgisayar işlemcileri aracılığıyla sanal ortamda sınırlı arz miktarıyla üretilen, elektronik ödeme sistemiyle tüketicilere kolay ve düşük komisyonlu ödeme olanağı sunan, dünya genelinde kullanılan tüm ülkelerin para birimleriyle takas edilebilen, bir yatırım aracı olarak alınıp satılabilen ve tüm bu işlemler sırasında kullanıcı bilgilerinin gizli tutulduğu, mevcut para birimlerini temsil eden, dijital para birimleri gibi merkezi bir kuruluşu ve düzenlemesi bulunmayan bir sanal para ya da kripto para birimidir (Çarkacıoğlu, 2016: 4). Pek çok tüketici, finansal kuruluşlar sanal, dijital ve kripto para birimi kavramlarının birbirinin aynı olduğunu düşünmekte ve bu nedenle fark gözetmeksizin rastgele olarak birbirlerinin yerinde kullanmakta veya telaffuz etmektedir. Sanal, dijital ve kripto para birimi anlam açısından birbirilerine çok yakın kavramlar olmalarına rağmen, bazı küçük farklılıkları bulunmaktadır. Sanal para ile dijital para arasındaki fark çok az olup, uygulama içi satın alımlar gibi konular daha çok sanal para başlığı altında ele alınırken forex gibi daha itibari paralar dijital para başlığı altında ele alınmaktadır. Sanal, dijital ve kripto paraların ortak özelliği tüm işlemlerinin internet üzerinden gerçekleştirilmesidir. Bu yönüyle veya özelliğiyle bu kavramlar ortaklaşalar bile kripto para birimleri diğer ürünlerden belirgin özellikleri ile ayrılmaktadır. Dijital para, kripto paraları da kapsayan daha geniş bir küme olan ve elektronik paraların tümünü tanımlamasına rağmen, her zaman kriptografiyi kullanmamış olabilir. Kripto para ise, temelde şifrelemeye dayanan para birimidir.

Bitcoin ilk olarak Satoshi Nakamoto olarak bilinen kişi ya da bu ismi kullanan bir grup tarafından 1 Kasım 2008 tarihinde yazılan “Bitcoin: A Peer-to Peer Elektronik Cash System (Bitcoin: Kişiden kişiye elektronik para sistemi)” adlı makale ile tüm dünyaya tanıtılmış ve 3 Ocak 2009 yılında ise ilk Bitcoin kripto para birimi oluşturulmuştur (Guegan, 2018: 1). Bitcoin ilk defa 2009 yılında küresel pazarlamada bir ödeme aracı olarak kullanılmıştır ve internet üzerinden veya e-ticaret ödemelerde kullanılan ilk başarılı kripto para olarak “1. nesil blockchain” olarak adlandırılmıştır (Dizkızırcı ve Gökgöz, 2018: 93). 2010 yılında Bitcoin kripto para birimi ödenerek gerçekleştirilen ilk alışveriş işlemi sonucunda Bitcoin finansal sisteme kazandırılarak, küresel ekonomiye katılımı informal olarak gerçekleşmiştir (Koçoğlu vd., 2016: 79).

Teknoloji gelişim hızındaki artışın yanı sıra dünya genelinde yaşanan küreselleşme süreci, doğal bir işleyiş sürecine sahip olan Bitcoin kripto para biriminin ortaya çıkmasını kaçınılmaz kılmıştır (Parlaktuna ve Güngül, 2020: 25). Bitcoin, sürekli olarak kullanım alanı genişleyen, ticari hayatta bir ödeme aracı olarak kullanılmaya başlayan ve aynı zamanda tüketiciler tarafından bir yatırım ürünü ve değer saklama aracı olarak algılanan dünya genelinde en yaygın kullanılan kripto para birimidir (Cengiz, 2018: 87). Dijital olma ve fiziksel olmama yönüyle Bitcoin kripto para birimi, komisyon oranındaki düşüklüğü, uluslararası finansal pazarlarda kullanılabilmesi, ticarete kullanımının yaygınlaşması, harcama ve saklama açısından tüketicilerin kendini güvende hissetmesi, finansal özgürlük ve anonimlik sağlaması gibi nedenlerden dolayı her geçen gün kamuoyu gözünde popülerliği artmaktadır (Çarkacıoğlu, 2016: 11-12). Bitcoin, finansal pazarda USD, EURO veya altın gibi bir para birimi şeklinde değerlendirilmekte, dünyadaki tüm ülke para birimleri karşılığında alımı ve satımı gerçekleştirilebilmekte, kabul eden işyerlerinde karşılığında ürün-hizmet alımı ve satımı yapılabilmektedir (Khalilov vd., 2017: 6). Özellikle merkezi ya da otoriter bir yapı tarafından kontrol edilmemesi Bitcoin ve diğer kripto para birimlerinin uluslararası pazarda kullanımının kısıtlanması veya müdahale edilmesini zorlaştırmakta, hukuki sınırlamalar içinde düzenleme ve denetimini güçleştirmektedir (Bilir ve Çay, 2016: 29). Bitcoin ve türevleri olan diğer kripto para birimleri tüm enstrümanlarıyla birlikte hâla etkin gelişim aşamasında olan deneysel bir projedir ve riskleri çok yüksektir (Vigna, 2017: 24).

Pazara ilk çıkan kripto para birimi olmasının yanı sıra, en popüler, en çok işlem gören ve en büyük parasal hacme sahip olma özelliklerini de taşıyan ve bunu devam ettiren Bitcoin, tıpkı internetin bir şirket olmadığı gibi bir işletme de değildir. (Karaağaç ve Altınırnak, 2018: 127). BTC kısaltması ile gösterilmekte olan Bitcoin, 8 basamağa bölünebilmektedir ve Bitcoin’in en küçük birimine “Satoshi” denilmekte olup, 100 milyon Satoshi 1 Bitcoin ile aynı değere sahip olmaktadır (Alpago, 2018: 414-415). Bitcoin kripto para birim hesaplarına herhangi bir kişi, kuruluş veya otorite tarafından el konulamaz ve gerçekleşen işlemleri iptal edemez. Toplam Bitcoin sayısı maksimum 21 milyon adet olarak pazara arz



edilmiş olup, günümüzde yaklaşık fiili cüzdanlarda dolaşımında 17 milyon adet Bitcoin bulunmaktadır (Hayes, 2017: 1310). Bitcoin arzının sabit kalmasıyla birlikte soğuk cüzdanlara taşınarak pazarda dolaşımdaki Bitcoin sayısının sürekli azalması, bu kripto para birimine olan talebin sürekli artmasına neden olmaktadır ve dolaylı olarak Bitcoin'in sürdürülebilir fiyat artışı tetiklemektedir (Altay, 2017: 37). Bilgisayar ondalık sayı üretme sistemine göre tasarlanmış dijital ödeme aracı olan Bitcoin kripto para biriminin son zamanlarda pazar değerinin her geçen gün logaritmik artması finansal, pazarlama, akademi, medya ve kamuoyu tarafından Bitcoin'in popüler olmasına ve ilgi odağı haline gelmesine neden olmuştur (Pirinçci, 2018: 51).

### 1.1. Bir Ürün Olarak Bitcoin Kripto Para Birimi

Tüketici güveni sağlamak, elektronik pazarlamanın ve e-ticaret pazarlama uygulamalarının geliştirilmesinde temel bir rol oynamakla birlikte, internet tabanlı açık erişim yapıları için de yaşamsal bir değere sahiptir (Aksoy, 2006: 88). Tüketici güveni sağlanması, güncel yatırım ürünü ve değer saklama araçlarından biri olan kripto para birimleri ve Bitcoin için de en önemli göstergelerdendir (Metin ve Yakut, 2018: 75). Bitcoin, mevcut pazarda yer alan para birimlerinin sağladığı özellikler olan alışveriş, tasarruf ve yatırım amaçlı kullanılabilen, fakat diğer para birimleri gibi somut olmayan, elektronik olarak üretilip yönetilen bir para birimidir (Ateş, 2016: 354). Bitcoin kripto para birimi fonksiyonları bakımından tüketiciler tarafından bir servet biriktirme, kişiler arasında bir nüfuz etme aracı, alışverişlerde bir değişim (takas) ve yatırım aracı olarak algılanan dijital bir para birimidir (Ağan ve Aydın, 2018: 801). Bitcoin kripto para birimi için özel olarak çıkarılan kredi kartları içerisine bitcoin yükleme yapılması şartıyla rahatlıkla alışverişlerde kullanılabilir (Devravut, 2018: 143). Teorik olarak Bitcoin kripto para birimi madenci ünvanıyla ödül karşılığında belirli miktarda Bitcoin verilerek üretim sürecine gönüllü olarak katılan herkes tarafından üretilmektedir (Atik vd. 2015: 249). İnternet üzerinden kolaylıkla oluşturulabilen sanal cüzdanlarda Bitcoin ve alternatif diğer kripto para birimlerinin saklanabilmesi ve kişisel bilgilere gerek duyulmadan her türlü işlemlerinin (ürün ve hizmet alımları karşılığı ödemeler, yatırımlar, para kabulleri) basit bir biçimde yapılabilmesi ürün çekiciliğini arttırmakta olup, bilgisayar korsanları tarafından Bitcoin hesaplarının ele geçirilmesi veya izinsiz olarak hesaplara giriş yapılması söz konusu değildir (Eğilmez, 2013). Bitcoin ve ortaya çıkardığı diğer kripto para birimleri dünya genelinde pek çok ülke tarafından menkul kıymet olarak, bir emtia olarak, dijital bir ödeme aracı olarak kabul edilirken, bazı ülkeler tarafından ise bu para biriminin kullanımını yasaklanmıştır (Canbay, 2018: 772).

Merkezi bir yapısı bulunmayan Bitcoin kripto para birimlerinin denetlenmesi ve tüketiciler tarafından erişiminin önlenmesi oldukça zor görünmekle birlikte, yasal sınırlamalar içerisine çekilmesi ise zaman alması ve çok çeşitli riskler içermesi sebebiyle devletlerin bu para birimleri ile

... ilgili halen açık bir strateji ya da politikaya sahip olmaması açısından önemlidir (Bilir ve Çay, 2016: 29). Bitcoin kripto para birimi ürününün özellikleri arasında, hiçbir kamu otoritesine bağlı olmaması, kompleks bir ürün özelliği göstermesi, kullanım alanı genişliği ve ihtiyaç nedeniyle küresel tüketiciler tarafından talebin sürekli artması, sınırlı sayıda piyasaya arz edilmesi, hesaplara el konulması ya da hesapların dondurulması gibi risklerin bulunmaması yer almaktadır (Dizkırıcı ve Gökgöz, 2018: 96). Yine gerek kimlik bilgilerinin gizliliği gerekse belirli bir otoritenin denetiminde olmayışı sebebiyle, bir kısım yasadışı finansal transferlerin de Bitcoin aracılığıyla gerçekleşmesi, Bitcoin'in fiyat değerinin agresif artışında etkili olmaktadır (Bakır, 2018: 153). Bitcoin kripto para birimi, herhangi bir ulus para birimi ile korelasyonu bulunmamakta, pazardaki arz ve talebe göre fiyat hareketleri gerçekleştirmektedir ve ihracı veya güvencesi bir kuruluş ya da ülke tarafından sağlanmamaktadır (Yüksel, 2015: 199). Bilgisayar programlarıyla yapılan logaritmalara ile düzenlenen ve kompleks bir ürün olma özelliği gösteren Bitcoin kripto para birimi, fiziki özelliğinin bulunmamasına rağmen pazarda değerinde ve hızlı bir şekilde el değiştirebilmektedir (Sönmez, 2014: 9).

İstenildiği zaman tüm dünya ülke para birimleri ile Bitcoin'in takas edilebilmesi, ürün/hizmet alım satım işlemlerinde kullanılabilmesi, ticaret hayatındaki uluslararası pazara kolay erişimi, aldatılmaya ve kandırılmaya karşı güvenli olması, yüksek olmayan komisyon ücreti, finansal açıdan kullanıcılara özgürlük ve anonimlik sağlaması tüketiciler tarafından Bitcoin'in tercih edilmesini arttırmaktadır (Antonopoulos, 2014: 330). Bitcoin ve türevleri olan diğer kripto para birimleriyle ilgili tüm hesap geçmişleri ve yapılan işlemler Blockchain'de yer almaktadır ve yapılan her yeni işlem onaylanan önceki işlemler zincirinin sonuna eklenmektedir (Hepkorucu ve Genç, 2017: 49). Düşük fiyattan alıp, yüksek fiyattan sat ticari mantığı ile elde edilen yüksek kârlar ile sürekli artan talep, yeni Bitcoin kripto para biriminin sürekli değer artışına yol açarken, fiyatın yükselmesi kolay ve etkili reklamın oluşmasını, Bitcoin'in pazar değerinin ve kamuoyunda popülaritesinin artmasını da sağlamıştır. Bitcoin kripto para biriminin sembolü ₺ ve kısaltma olarak BTC ya da XBT ile ifade edilmekte olup, farklı şekil, sembol ve logoları kullanmaktadır (Şekil 1).

**Şekil 1. Bitcoin Kripto Para Birimi Şekil, Sembol ve Logoları**



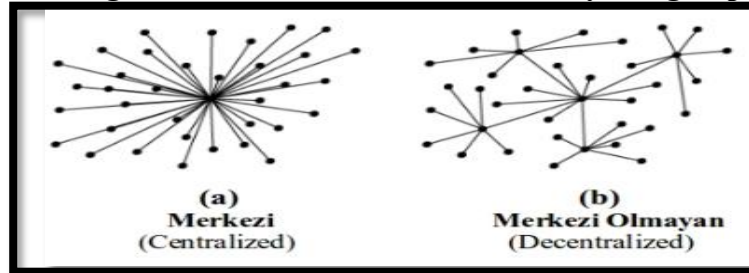


**Kaynak:** Güven ve Şahinöz (2018: 7).

Bitcoin kripto para birimi şekil sembol ve logolarında genellikle Amerikan Dolar işaretine benzeyen ve baş harfi olan  $\text{B}$  harfini kullanmıştır. Yine Bitcoin kripto para birimi şekil sembol veya logolarında altın rengini veya altına benzetmeyi kullanmıştır. Genellikle küresel markaların kullandığı isimlerinin küçük harflerle yazılmasında olduğu gibi isminin bitcoin şeklinde küçük harflerle yazılması dikkat çekmektedir. Günümüzde küresel birçok marka, isim, logo ve şekillerinde küçük harfleri kullanmakta olup, büyük harflerin ciddiyeti temsil ettiği, küçük harflerle tasarlanmış isim, logo ve şekillerde daha fazla sıcaklık ve samimiyet algılaması olduğu görülmektedir.

Bitcoin herhangi bir merkez tarafından üretilemez, Bitcoin pazara arzı ve üretimi, çok merkezli dağınık yapısı küresel ağa bağlı bilgisayar işlemci güçleriyle (ana kart ve ekran kartları yardımıyla) yapılmaktadır. Madenci yazılımı ile ilgili internet sitelerine üye olunarak ve belirli zaman sürelerinde sisteme girilerek, Bitcoin ağına dahil olan herkes madenci olabilir ve Bitcoin üretebilmektedir.

**Şekil 2. Ağ Çeşitleri ve Bitcoin Merkezi Olmayan Ağ Yapısı**



**Kaynak:** Taş ve Kiani (2018: 371).

Bitcoin ağı, merkezi bir sunucusu veya kontrol noktası bulunmayan dünya geneline dağınık ve uçtan uca birbirine bağlı bir yapıya sahiptir (Şekil 2).

## 1.2. Bitcoin Vizyonu, Misyonu ve Amacı

Küresel bir marka olma başarısı gösteren Bitcoin kripto para biriminin vizyonu; küresel olarak e-ticarette, her türlü ödemelerde, değerlemelerde, finans, bankacılık ve para transferi hizmetlerinde kullanılan uluslararası güvenilir ortak bir kripto para birimi olmaktır.

Tüketicilere internet üzerinde yaptıkları ödeme ve para transferlerinde yaşanabilecek sorunları ortadan kaldırmak, Bitcoin gelişimine her seviyede yardımcı olabilecek yetenekli insanları davet etmek, küresel ölçekte ödeme ve para transferi ekosistemine dahil olmak, uluslararasılaştırma ile Bitcoin'in dünya genelindeki erişilebilirliği ile kullanılabilirliğini geliştirmek ve paydaşların müşteri memnuniyeti odaklı sürdürülebilirliğin sağlanması Bitcoin'in ana misyonunu oluşturmaktadır.

Markanın temel amacı, Bitcoin kripto para birimi ile dünya genelinde her türlü para transferinin gerçekleştirmekle birlikte, ürün satışında tüketiciler tarafından ödeme yapılmasında kullanılmasının yanı sıra, işletmeler tarafından ödeme olarak kabul edilmesi sonucu çok kolay ve herkese açık olan en son teknolojiyi kullanarak müşterilerin hizmetine sunarak kâr elde etmektir.

## 1.3. Bitcoin Kripto Para Biriminin Temel Değerleri

Bitcoin kripto para birimi, internet sitesinde (<https://www.bitcoin.com/>), aşağıda ele alınan temel değerleri benimsediğini belirtmektedir:

- ✓ Merkez otorite veya herhangi finansal kuruluş ve bankaya olmadan çalışmak,
- ✓ Bitcoin açık kaynaklı olup, tasarım ve üretim ile madenciliği halka açıktır,
- ✓ Kimse tek başına Bitcoin'e sahip olamaz ve onu kontrol edemez, herkes katılabilir.
- ✓ İnsanlara ve fikirlerine saygı duymak, kullanıcılara ve tüketicilere değer vermek
- ✓ Yenilikleri öğrenmek, daha iyisini yapmak için çaba göstermek sürekli kendini geliştirmek, değişime ve yeniliğe açık olmak,
- ✓ Kripto para pazarında uygulamalarda esnek davranmak ve etik kurallara uymak.

## 1.4. Bitcoin Ortaklık Yapısı

Bitcoin'i icat eden kişi önceleri Satoshi Nakamoto ismini kullanan kişi ya da bir grup olarak bilinirken, 2016 yılında Avustralyalı iş adamı Craig Wright Bitcoin'i kendisinin ortaya çıkardığını açıklamıştır (Yardımcıoğlu ve Gurbetçi, 2018: 165). Bitcoin madenciliği kaynak yoğun bir süreçtir ve bu sırada dünya genelindeki Bitcoin havuzuna sürekli yeni Bitcoin kripto para birimleri eklenmekte olup, madenciliğe başlamak için kullanıcı özel maden yazılımını indirerek çalıştırmaktadır ve yapılan anlaşma çerçevesinde dört yılda bir Bitcoin üretilme oranı düşürülmektedir (Antonopoulos, 2014: 302). Sistem ilk kurulduğunda 21 milyon Bitcoin kripto para birim adedi ile arzı sınırlandırılmıştır. Yeni Bitcoin'lerin dolaşıma girebilmesi için 16 haneli bir şifreyi çözmek gerekmektedir ve şifreyi

çözen kişi belirli oranda Bitcoin kazanmaktadır. Günümüzde, dünyanın her tarafından internet aracılığıyla herkesin katkıda bulunduğu bağımsız bir açık kaynak projesidir. Hiç kimsenin internetin veya elektronik ticaret teknolojisine tek başına sahip olamadığı gibi, Bitcoin kripto para birimlerinin hepsinin tek bir sahibi yoktur. Buna bağlı olarak kimse Bitcoin kripto para birimi adına yetkili olarak konuşamaz.

### 1.5. Bitcoin Gelişim Aşamaları

Bitcoin kripto para birimi markasının ortaya çıkışından günümüze kadar olan gelişimi üç aşamada incelenebilir. İlk aşama, Bitcoin’i pazara sunan kişi ya da grup tarafından 1 Kasım 2008 yılında yayınlanan makale ile finansal ürün tüm dünyaya tanıtılmış ve 3 Ocak 2009 yılında ise ilk Bitcoin oluşturulduğu kuruluş aşaması 2009 yılından başlayarak 2012 yılına kadar gerçekleşen süreci kapsamaktadır. Bu dönem, ürünün geliştirilerek pazara sunulmasından sonra markanın kuruluş, pazarlama, reklam ve tanıtım faaliyetlerinin yoğun olarak uygulanarak Bitcoin kripto para birimine talep oluşturulmaya çalışılan bir süreci kapsamaktadır. 22 Mayıs 2010 tarihinde BitcoinTalk forumunda Laszlo Hanyecz isimli kullanıcının 10.000 Bitcoin ödemesini sadece iki pizza karşılığında yapması sonucu ilk defa alışverişlerde Bitcoin kullanımı gerçekleştirilmiştir ve her sene 22 Mayıs “Bitcoin Pizza Günü” olarak kutlanmaya başlanmıştır. 2010 yılında ilk Bitcoin borsası olan Mt. Gox kurulmuştur ve 2010 yılı sonunda Bitcoin pazar değeri 1 milyon USD’yi geçmiştir. 9 Şubat 2011’de Bitcoin ilk defa ABD Doları’na (1 BTC = 1 \$) eşitlenmiştir. 27 Eylül 2012 tarihinde Bitcoin Vakfı kurularak, dünya genelinde meydana gelen savaş veya doğal afetlerden etkilenen insanlar için küresel olarak yapılan bağışlar toplanmaya başlanmıştır.

İkinci aşama ise, Bitcoin kripto para biriminin pazar payı alma ve hızlı büyüme dönemini kapsamaktadır. 2012 yılından başlayarak WordPress, OKCupid, Overstock.com gibi birçok büyük şirketin yanı sıra, 2014’te Microsoft ile düzenlenen sözleşmeler ve anlaşmalar doğrultusunda, küresel şirketlerin Bitcoin’i ödeme aracı olarak kabul etmeye başlamasıyla birlikte, ilk Bitcoin ATM benzeri makine 2013 yılında Kanada’da ve Haziran 2015 itibariyle dünya genelinde 400’den fazla Bitcoin ATM’nin kurulmasıyla birlikte küresel bir marka olma dönemidir. 28 Mart 2013 tarihinde pazar değeri 1 Milyar USD’ye ulaşan Bitcoin’in 7 Kasım 2016 tarihinde ATM’lerinin sayısı son 18 ayda iki katına çıkarak 771’i geçmiştir ve 1 Nisan 2017’de Japonya Merkez Bankası, Bitcoin’i legal olarak bir ödeme aracı olarak kabul etmiştir (İçellioğlu ve Öztürk, 2017: 54). 1 Temmuz 2017 yılında Bitcoin blokzinciri çatallanarak Bitcoin Cash isimli yeni bir kriptopara birimini pazara sundu. Bu dönemde Bitcoin Kripto para birimi markasının yan ürünleri olan Bitcoin’in yan ürünü olan Bitcoin SV, Bitcoin Gold, Bitcoin Diamond, Bitcoin Cash kripto para birimleri pazara sunulmaya başlanmıştır. Bu dönem, 2020 yılındaki

pandemi dönemine kadar devam etmiş olup, küresel olarak lider kripto para birimi konumuna yükselmiştir.

Üçüncü aşama ise, 2019 yılında Covid 19 pandemi süreci ile kripto para birimlerine olan talep ile başlayan ve 2020 yılının ana temalarından biri haline gelen kurumsal ilgiyi takiben devam eden, merkez bankaları tarafından da dijital para birimlerini ortaya çıkartmasıyla gelişen ve potansiyel olarak insanların dünya genelinde parayı kullanma biçimini değiştirerek, küresel olarak tüketicilerin kağıt para kullanımı yerine dijital para birimlerini kullanıma geçmesi dönemini kapsayan süreçtir. Bu süreçte, 21 Ekim 2020 tarihinde internet üzerinden online bir ödeme sistemi kuran Amerikan PayPal şirketi, kullanıcılarına Bitcoin ve kripto para kullanım hizmeti sunmaya başlamıştır ve Bitcoin'in destekleneceğini açıklayan firma, bu ödeme sistemi için Paxos şirketi ile ortaklık kurmuştur. 28 Aralık 2020 Bitcoin kripto para biriminin pazar değeri 500 milyar USD aşarak Visa'nın pazar değerini geçmiştir. 3 Ocak 2021 tarihi itibarıyla Bitcoin 12 yaşına girmiş olup, tarihindeki en yüksek gördüğü 43.482 USD değerine yükselmiştir. Bu dönemde tüm kripto para birimleri küresel marka konumuna gelen Bitcoin liderliğinde hareket ederek, Bitcoin kripto para birimi hareketlerini temel almıştır.

Geliştirilen ilk dijital (sanal) para birimi olan Bitcoin, kendisinden sonra ortaya çıkan diğer kripto para birimlerinin ana yönlendiricisi olmuş, zamanla farklı pazarlarda ve borsalarda çok çeşitli fiyatlardan işlem görmesiyle birlikte, son zamanlarda artan tüketici ilgisi sebebiyle yaşanan fiyat artışı pazar değerinin 700 Milyar USD'yi geçmesine neden olmuştur (Erarslan, 2020: 26). Bitcoin kripto para birimi ortaya çıkışından itibaren günümüze kadar dünya genelindeki tüm ülkelerin uluslararası uygulamalar ya da sözleşmeleri dikkate alarak ve küresel olarak bir konsensüs veya uzlaşmanın sağlandığı anlaşma, sözleşme ile hukuki metinlerin ortaya konulmaya çalışılması Bitcoin ve diğer kripto para birimlerinin gelişim sürecine proaktif katkı sağlamıştır.

## 2. Pazarlama Stratejileri

Bitcoin kripto para birimi genel olarak e-ticarette kullanılmakta olup, küresel ölçekli birçok işletme Bitcoin ve türevleri olan diğer alternatif kripto para birimlerini ürün satışları sonucu gerçekleşen ödemelerde kabul etmektedir ve iki taraf arasındaki aracılık görevini üstlenen aracı kuruluşlar ödeme işleme hizmetlerini kullanarak dünya genelindeki ulus devlet para birimlerini tüm kripto para birimlerine düşük bir komisyon karşılığında çevirerek riski azaltma yoluna gitmektedir (Yahanpath ve Wilton, 2014: 36). Bitcoin kripto para birimi ana faaliyet konusu, finansal ürünler arasında yer alan her türlü alışverişlerde yapılan harcamalarda ve ödemelerin gerçekleştirilmesinde, her türlü para transferlerin kolayca gerçekleştirilmesinde kullanılan ve aynı zamanda tüketiciler arasında bir yatırım aracı olarak algılanan finansal bir ürün özelliğindedir. Bitcoin kripto para birimi, tüketiciler açısından güven özelliğini önemseyen, müşteri merkezli ve müşteri memnuniyeti pazarlama stratejisini

tercih eden, müşteriye bir değer oluşturma gayreti içerisinde olan bir marka durumundadır. Bununla birlikte Bitcoin kripto para birimi finansal sektördeki kripto para pazarı fırsatını görerek dijital para pazarı ürün grubunda sektörde ilk olmanın avantajını, zamanla kripto para pazarında lider ve aynı zamanda küresel bir marka olma fırsatına dönüştürmüştür. Arz açısından değerlendirildiğinde kripto para pazarına ilk giren Bitcoin ölçek ekonomisi teorisi ile öğrenme eğrisi analizine bağlı olarak her türlü maliyetlerini düşük tutmuştur. Talep bakımından değerlendirildiğinde ise, kripto para pazarına ilk giren Bitcoin, tüketici istek, beklenti ve ürün tercihlerini belirlemede, ürünün tüketicilere sağladığı fayda ve teknik olarak bir referans olma gibi avantajlara da sahip olmuştur.

Bitcoin ilk zamanlarda basit bir dijital para olarak değerlendirilmesiyle birlikte, temelinde blockchain denilen bir teknoloji barındırmaktadır ve Bitcoin madenciliği denilen yüksek elektrik ve soğutma maliyetleri olan bir üretim, koruma hattı ile hash fonksiyonu olarak adlandırılan karmaşık bir algoritmadan oluşmaktadır (Şamiloğlu ve Kahraman, 2019: 180). Bitcoin ve diğer kripto para birimleri sistemi madencilerin yaptığı matematiksel işlemlerin, yani Bitcoin ve alternatif kripto para birimlerinin üretiminin sürekli olarak zorlaşması üzerine kurulmuştur (Kaplanhan, 2018: 111). Küresel ve bölgesel olarak ürün taşımacılığında deniz, kara, hava ve demiryolu ulaşımının yanı sıra boru hattı ve enerji taşıma yolu üzerinde önemli bir dağıtım noktası konumunda olan ülkeler, Bitcoin ve türevleri olan diğer alternatif kripto para birimleri teknolojileri kullanmayı tercih etmekte, kripto para birimlerine uyum sağlama gayreti içerisinde (Türkmen ve Durbilmez, 2019: 42). Bitcoin kripto para birimi markasının başarısındaki temel etkenler arasında, güvenli bir varlık saklama aracı olması, sürekli değer artışı, anonim olması, merkezi bir otoritenin kontrolünde olmaması, özgür hareket etmesi ve müşteri odaklı hizmetleri ile müşteri memnuniyeti elde ederek bunu avantaja dönüştürmesi yer almaktadır. Yine bu avantajlar arasında kripto para birimleri arasında pazara ilk giren ürün olma özelliğini kullanarak küresel pazarlama stratejisini tercih etmesi ve sürekli büyümesi yer almaktadır. Ayrıca, pazarın tamamına yakın kısmında yer alan alıcıların ilgili ürün ihtiyacı ve alıcı davranışları bakımından benzediği varsayımı ile tek bir ürünle pazarın tamamına hitap etme stratejisi olan farklılaştırılmamış pazarlama stratejini uygulayarak pazarda ilk kripto para birimi olma özelliğini fırsata dönüştürmesi küresel bir marka olmasında önemli olmuştur. Küresel pazarlamada yeni ürün oluşturma stratejisini benimseyen Bitcoin kripto para birimi, yeni bir ürün üretmenin yanı sıra, finansal pazar içerisinde yeni bir sektörün oluşmasına katkı sağlamıştır. Tek ürün tek mesaj stratejisini tercih eden Bitcoin kripto para birimi tüm dünyadaki finansal pazarlarda aynı ürünü aynı kullanım amacıyla ve aynı mesajla pazarlamayı başarmıştır. Yine kripto para sektöründe ortaya çıkan ilk ürün olma özelliğini değerlendirerek ve finansal açıdan rekabetin yoğun olması sebebiyle markalaşma stratejisini de uygulamıştır. Pazara ilk girme ürün olma özelliği sebebiyle, ürünler üzerinde herhangi bir değişiklik yapmadan ve dünyanın çeşitli yerlerinde ortaya çıkan beklentileri dikkate almadan küresel üretim modelini benimsemiştir.

Bitcoin kripto para birimi küresel pazarlama karmasında ürün ile ilgili verilen stratejilerden ürün standartlaştırmasını benimseyerek, uluslararası finans pazarlarında standart bir ürünle faaliyet göstermeye başlamıştır.

Etiksel olarak, ödeme yapan ve ödeme yapılan taraf arasındaki güç dengesizliği bakımından Bitcoin ile ödeme yapılmaya zorlamak etik olarak sıkıntı oluşturmakta, olası bir suistimal Bitcoin'in doğasından kaynaklanmamaktadır (Angel ve McCabe, 2015: 610). Hiçbir ülke veya finans kuruluşunun yönetmediği Bitcoin kripto para biriminin başarılı olmasında ve küresel bir marka haline gelmesinde gerçekleştirdiği pazarlama uygulamaları, pazarlama bilimi kapsamında aşağıda ayrıntılı bir şekilde ele alınarak incelenmektedir.

## 2.1. Durum Analizi

Kişiler, ülkeler, kamu ve özel kuruluşlar, markalar veya işletmelerle ilgili yapılacak durum analizinin (SWOT) gerçekleştirilmesinde, söz konusu ele alınan mevcut varlığın güçlü ve zayıf yönlerinin ayrıntılı bir biçimde irdelenmesinden sonra, değerlendirilen varlığın yer aldığı pazardaki fırsatlar ve tehditlerin ayrıntılı olarak incelenmesi pazarlama stratejileri açısından önemli olmaktadır. Bitcoin kripto para birimi ile ilgili kapsamlı olarak yapılan durum değerlendirmesine aşağıda yer verilmektedir:

### 2.1.1. Markanın Güçlü Yönleri

Dünyanın herhangi bir yerinde, herhangi bir zamanda, herhangi bir ücreti anında Bitcoin kripto para birimi cinsinden göndermek, tahsil etmek veya yapılan bir alışverişte Bitcoin kripto para birimiyle ödeme yapmak mümkündür. Bu fonksiyonu, Bitcoin'in pazarda en güçlü olduğu tarafıdır. Markanın diğer güçlü yönleri ise aşağıda yer almaktadır:

- ✓ Hem ödeme hem de bir yatırım aracı olması,
- ✓ Açık kaynak kodla yazılan ve herkese açık olması sonucu sistem sahibinin sistemi kullanan herkesin olduğu anonim bir yapısının bulunması,
- ✓ Geleneksel ödeme sistemlerinde bulunan zaman ve yer sınırlaması olmaması nedeniyle, banka, finansal bir kuruluş ya da ATM gibi yerlere ihtiyaç olmadan tüketicilerin bulunduğu yerden istediği zaman Bitcoin'le 7 gün 24 saat kolayca ödeme veya para transferi gerçekleştirebilmesi,
- ✓ Vergiye tabi olmaması ile transfer ve ödemelerde daha düşük işlem ücreti,
- ✓ Tüketiciler tarafından benimsenmesi,
- ✓ Manipülasyon ya da spekülasyon yapılması imkansızdır ve toplam arz limitinin 21 milyon adet olması sebebiyle enflasyondan etkilenmemektedir,
- ✓ Arzıyla ilgili tüm bilgilerin şeffaf olması Bitcoin'in güvenilir olmasını sağlamaktadır,



- ✓ Ülkeler ve işletmeler gibi çevre faktörlerinden veya ekonomik krizlerden ya da sosyo-politik olaylardan ve durumlardan etkilenmez,
- ✓ Sınırlı sayıda üretimi, Bitcoin'e altın, gümüş, demir-çelik vb. emtialardaki "kıtlık" özelliğini kazandırması ve bu özellik değer mekanizmasının proaktif artmasında etkili olması,
- ✓ Bitcoin kripto para biriminin dönüştürülebilir bir yapıda olmasından dolayı, altın, gümüş, petrol gibi emtiaların satın alması ile başta USD, Euro, TL olmak üzere pek çok para birimine dönüştürülebilmesi,
- ✓ Taşıma, güvenlik veya depolama için pek çok harcama yapılan fiziki paraların aynı zamanda taşımak veya kasalarda saklamak zor ve maliyetli olmasına karşı, Bitcoin kripto para birimini saklamak veya taşımalarının maliyetsiz ve çok kolay olması,
- ✓ İnterneti olan her yerden bilgisayar ve mobil olarak erişim kolaylığının bulunması,
- ✓ Bitcoin sunduğu hizmetlerle ve özellikleriyle, sadece belirli bir müşteri grubuna değil, toplumun tamamına hitap etmesi,
- ✓ Herhangi bir aracı veya komisyoncuya ihtiyaç duymaması,
- ✓ Kullanım koşulları, ön şartları gibi kullanımı sınırlayıcı kuralların ve sözleşme yapmak gibi bürokrasi ya da formalite işlemlerin bulunmaması,
- ✓ Herhangi bir ürün alım-satım işlemlerinin gerçekleştirilmesinde araç olarak kullanıldığında doğrudan ilgili kişinin kişisel cüzdan adresine transfer gerçekleşmesi,
- ✓ İnternet üzerinden sosyal medya araçları ve diğer web siteleri tarafından yaygın olarak sürekli reklamlarının yapılması.

### 2.1.2. Markanın Zayıf Yönleri

- ✓ Bitcoin kripto para birimi cüzdanının kaybedilmesi, çalınması veya bilgisayara virüs bulaşması sebebiyle müşterilerin zarara uğrama ihtimali,
- ✓ Bitcoin kripto para birimi double spending (çifte harcama) olarak adlandırılan yeniden kullanılma riski bulunmaktadır,
- ✓ Bitcoin kripto para biriminin hızlı büyümesi sonucunda, pazarlamasında ve teknolojik altyapısında çalışan kalifiye eleman temininde karşılaşılan sıkıntılar/ sorunlar,
- ✓ Bitcoin fiyatlarında aşırı dalgalanma ve oynaklık ile öngörülemeyen pozitif veya negatif fiyat değişimleri nedeniyle ödeme kabul eden işletmelerin zarara uğrayabilmesi,
- ✓ Bitcoin'in merkezi bir otoriteye bağlı olmaması sebebiyle tüketicilerin herhangi bir sebeple uğrayabileceği zararın telafisi veya yapılan yanlışlığın düzeltilmesi için bir sorumlu ya da muhatap bulunmaması,

- ✓ E-ticaret üzerinden yapılan alışverişlerde veya taksitli olarak gerçekleştirilen çeşitli kampanyalardan yararlanan tüketicilerin, Bitcoin ile taksit seçeneklerinin bulunmaması,
- ✓ Teknoloji ürünlerini kullanmada uzmanlaşmış tüketici sayısının fazla olmaması, kaybetme riski, harcama yapılabilecek platformların darlığı,
- ✓ 2009 yılında kurulmuş olması sebebiyle hala yeni bir teknoloji olması ve sistemin tam olarak olgunlaşmaması,
- ✓ Dünyadaki birçok ülkenin yasal mevzuatına henüz tam olarak girmemiş olması,
- ✓ Herhangi bir merkez veya otorite tarafından kontrol edilememesi ve iz sürülemez olması sebebiyle, ticaretinin illegal olduğu ürünlerin ödemelerinde kullanılmasını, siber suçluların fidye yazılım, vergi kaçakçılığı, yeraltı pazarı ve kara para aklama gibi çeşitli yasa dışı faaliyetlerde bulunmalarına yardımcı olması ve suç faaliyetlerini kolaylaştırması,
- ✓ Denetim mekanizması veya denetleyecek bir kuruluşun ya da otoritenin olmayışı denetim yetersizliği ve bundan doğabilecek riskleri beraberinde getirmesi,
- ✓ Fiziksel bir yönü olmaması, tamamen sanal ve sadece bir bilgisayar yazılımı ya da kodu olması.

### 2.1.3. Markanın Önünde Bulunan Fırsatlar

- ✓ Bitcoin'in hedef aldığı temel tüketici kitlesi olarak, tüm gelir gruplarına (alt-orta ve üst) ve genç nüfus hedef pazarına yönelmesi,
- ✓ Küresel pazarda kripto para birimlerinin hızla önemli bir potansiyel büyüklüğe sahip olması ve popüleritesinin sürekli artıyor olması,
- ✓ İşletmelerin ödemeleriyle ilgili işlem giderlerini ortadan kaldırmasının yanı sıra, E-ticaret yapan ve kredi kartıyla ödeme alan şirketler için bankaların uyguladığı yetkilendirme, komisyon, güvenlik, işlem ve hesap ücretleri gibi birçok masrafın Bitcoin kripto para birimi sisteminde bulunmaması,
- ✓ Deflasyonist bir yapıya sahip olması,
- ✓ Bitcoin ile imza atmaya, herhangi bir kartı okutmaya, pin kodu girmeye gerek olmadan ödeme yapılabilmenin kolay olması,
- ✓ Bitcoin'in birden fazla disiplini bir araya getirerek oluşturduğu disiplinler arası işbirliği gibi yeniliklerin ortaya çıkarabilmesi,
- ✓ Bitcoin sitelerinde ve sanal haritada görünen kayıtlı kullanıcı işletme ve kişiler, Bitcoin'leri kabul eden tüccarları ve işletmeleri nerede bulacaklarını bilmeleri, temelde işletmeler ve Bitcoin için ücretsiz bir reklam özelliği taşıması,
- ✓ Merkezi bir otoriteye bağlı olmayan doğası, serbestliği ve kullanıcı anonimliği,

- ✓ Siyasal krizlerden etkilenme olasılığı düşüktür,

#### 2.1.4. Markanın Karşı Karşıya Bulunduğu Tehditler

- ✓ Bitcoin kripto para birimi fiyatlarındaki aşırı dalgalanma ve değerinin diğer yatırım aracı ürünlerine göre çok yüksek olması,
- ✓ Diğer kripto para birimlerinin (altcoinlerin) tüketiciler tarafından kullanımın yaygınlaşması ve Bitcoin'e alternatif (rakip) olması,
- ✓ Bitcoin kripto para birimi uluslararası niteliği ve hukuk sisteminde derinliğinin henüz oluşturulamaması,
- ✓ Günümüz tüketicilerde ürünlerin fiziksel kullanım alışkanlığı sebebiyle Bitcoin kripto para biriminin kullanmama riskinin bulunması,
- ✓ Yeni kullanıcılar veya teknolojiyi kullanmada sıkıntı yaşayan yaşlılar için oldukça karmaşık ve alışılmasının zor olması,
- ✓ 2008 yılından beri dünya genelinde ortaya çıkan pek çok sosyal, sağlık ve ekonomik krizin ülke ekonomilerinde oluşturduğu kırılganlık nedeniyle, Bitcoin kripto para biriminin içerisinde yer aldığı finans sektörünü de etkilemesi,
- ✓ Yerel, ulusal ve uluslararası olarak reklam, tanıtım ve pazarlamasının yeterli düzeyde yapılmaması,
- ✓ Bitcoin kripto para biriminin işletmeler için il aşamada önemli yatırım harcamaları gerektirmesi ve bu teknolojiye uyum sağlamak için şirketlerin dijital dönüşüm yapmalarının gerekli olması sebebiyle yeterli sayıda ve donanımda insan kaynağı olmaması ile kullanılan teknolojiye yazılım hataları ile karşı karşıya kalabilmesi,
- ✓ Hackerler tarafından yapılan siber saldırılar ve sahte Bitcoin kripto para birimi hesapları oluşturma girişimleri,
- ✓ İşletmelerin Bitcoin kripto para ile ticari işlemleri gerçekleştirme yönündeki eğilimlerine rağmen tüketiciler Bitcoin kripto parayı alışverişlerinde kullanma yönünde hem isteksiz ve hem de yeterli bilgiye henüz sahip bulunmaması,
- ✓ Bitcoin ve türevleri olan diğer kripto para birimleri pazarı tüm enstrümanlarıyla birlikte hala deneysel bir proje olmasının devam etmesi.

#### 2.2. Bitcoin Pazar Bölümlendirme Stratejileri

Pazar bölümlendirme, heterojen bir pazarın nispeten benzer ürünlere istek ve ihtiyaç duyan tüketici alt gruplarına (bölüm veya segmentlere) göre ayrılması işlemi olup, pazar bölümlendirmede hedef, mevcut pazar bölümlerinin, birbirinden ayırıcı özelliklerini belirlemek, bu özelliklere göre yeni hedef pazar bölümleri oluşturarak, her bölümün büyüklüğünü ve değerini tespit etmek,

rakiplerin pazardaki durumlarını incelemek ve yeterince hizmet edilmeyen pazar bölümlerini seçerek o pazar(lar)a girmektir (Mucuk, 2016: 102–103). Pazar bölümlendirilmesi ile işletmeler, tüketici istek ve ihtiyaçlarını daha iyi karşılayabilmekte, pazardaki rakiplerini daha iyi tanıyabilmekte, amaçlarını daha net belirleyebilmekte, kaynaklarını daha verimli kullanabilmekte ve firma performanslarını daha çok artırabilmektedir. Pazar bölümlendirme, hedef pazardaki mevcut ve potansiyel müşterilerin ortak istek ve ihtiyaçlarına veya pazarda gösterdikleri tüketici davranışlarındaki benzerliklere göre gerçekleştirilmektedir. Her ürün için kullanılacak pazarlama bileşenlerinin farklı olması, hedef pazardaki mevcut ve potansiyel müşterilere daha etkili bir şekilde ulaşabilmek için pazardaki tüketicileri ortak özelliklerine göre bölümlendirilmektedir. Etkin bir pazar bölümlendirme için, pazar bölümlerinin ölçülebilir, ulaşılabilir, ayırt edilebilir ve yeterince büyük olması gerekmektedir.

Günümüzde Bitcoin ve diğer kripto para birimleri pazarına binlerce altcoin dijital para birimlerinin dahil olması süreci sürekli genişlemekte, kullanıcı sayısını ve alt yapısını teknik olarak geliştirmektedir ve belirli bir gelişmişlik düzeyine erişen tüketiciler ile toplumlar bu tür yenilikçi projeler olan sanal değer imkânlarından faydalanmaktadır (Alpago, 2018: 426). Bitcoin kripto para birimi ticareti gerçekleştirilmesinin diğer bir şekli de antika eşya, para koleksiyon vb. müzayedelerde (açık artırma yapılması) kullanımının yanı sıra, doğal afetler sonrası Greenpeace ve Kızılhaç gibi bilinirliği olan örgütlere Bitcoin bağışı da yapılabilmektedir (Brand, 2016: 208). Kullanıcı ülke, işletme veya otoritelerin Bitcoin kripto para birimini tanımlama veya yasaklama tercihi yapabilmesi için öncelikle onu kontrol altına alacağı veya en azından kendi düzenleyici kanunları ile çalışmayaacağı bir sistemi oluşturmaları gerekmektedir (Parlaktuna ve Gügöl, 2020: 36). Yine küresel işletmelerin Bitcoin ve türevleri olan diğer alternatif kripto para birimleriyle ödeme kabul etme yönünde eğilimlerine karşılık tüketiciler kripto para birimlerini alışverişlerinde kullanma yönünde hem isteksiz ve hem de yeterli bilgiye henüz sahip bulunmamakta olup, kısmen kripto para birimi hesabı bulunan tüketicilerin büyük bir bölümü alışveriş yerine sadece gelecek beklentileri ve yatırım amaçlı olarak bu tür bir yönelme içine girmektedirler (Jonker, 2018: 7). Bitcoin kripto para birimi, pazar bölümlendirmede birden fazla değişkeni göz önünde bulundurmaktadır ve finansal açıdan küresel tek para birimi olarak kullanılmak amacıyla yenilik arayışındaki tüketicilerin kullanımını hedeflemektedir.

### 2.3. Bitcoin Hedef Pazar Seçimi Stratejileri

Pazarlama literatüründe, potansiyel rekabetin olduğu bir ortamda, işletmelerin ürünlerini sunduğu tüketici kitlesi, firmalar için hedef pazar olarak nitelendirilmektedir. Hedef pazar seçiminde işletmeler, farklılaştırılmamış, farklılaştırılmış ve yoğunlaştırılmış pazarlama stratejilerinden genellikle bir tanesini tercih etmektedir.

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

İşletmenin pazarın tamamını homojen olarak düşündüğü farklılaştırılmamış pazarlama (Tüm Pazar) stratejisinde, ayrıca pazarın içinden bir bölüm seçmeye gerek duymamakta ve pazarı bir bütün olarak görmektedir. Pazarlama karması elemanlarının bileşimini tek bir pazarda etkin olabilmeyi düşünerek planlayan işletmelerin uyguladığı strateji farklılaştırılmamış pazarlama stratejisi olarak tanımlanmaktadır (Geçer, 2016: 58). Benzer ürünlerden bir adım öne geçmek adına her ülkenin ekonomik, demografik, sosyal ve kültürel yapısı incelenerek farklılaştırılmış pazar stratejileri kullanılmaktadır (Kızıltuğ ve Fidan, 2019: 291). “Farklılaştırılmış pazarlama (Çok Bölüm) stratejisinde ise, işletme iki veya daha fazla bölümünü hedef pazar olarak seçerek, tüm pazarlama çabalarını, bu bölümlerin her birimleri için ayrı bir pazarlama karması geliştirmeye yönelir. Çoğu zaman işletmeler, başlangıçta tek bölüm stratejisi izleyip, o bölümde başarılı olduktan sonra, kendilerine çekici gelen diğer bölümlere de yayılır. Farklılaştırılmış pazarlama stratejisi, tek bölüm stratejisine göre, işletmeye daha çok gelir sağlar. Bu stratejinin en önemli sakıncası, üretim süreçleri, hammadde ve malzeme, ustalık becerisi gibi birçok bakımdan çeşitliliği gerektirdiği için, üretim maliyetlerinin; tutundurma ve dağıtım gibi konularda çeşitlilik gerektirdiği için de pazarlama maliyetlerinin daha yüksek olmasıdır (Mucuk, 2016: 110–111). Yoğunlaştırılmış pazarlama (Tek Bölüm) stratejisinde, işletmelerin pazarın kendi belirledikleri yalnızca bir bölümüne odaklanarak, orada üstünlüğü ele geçirmeyi amaçlaması söz konusudur. Yoğunlaştırılmış stratejisinde pazarda başarıya ulaşma, diğer stratejilere göre nispeten daha kolay olmaktadır. Ancak, işletmenin kaynakları ve pazardaki rakiplerin konumları ile birlikte güçleri de göz ardı edilmemelidir. Bu stratejide, pazarın yalnızca bir bölümüne odaklanması nedeniyle zamanla, uzmanlaşma söz konusu olmaktadır” (İri ve İnal, 2011: 457).

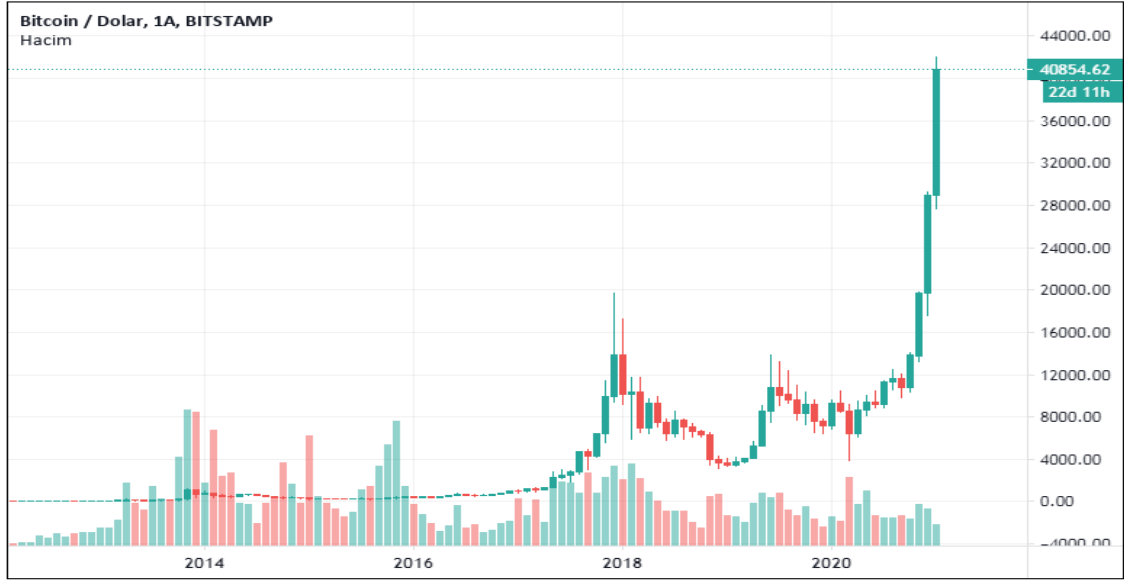
Bitcoin kripto para birimi, başlangıçta dünya genelinde yaşayan alt, orta ve üst gelir sınıfına sahip tüketicilerin tamamını seçmiş olup, finansal pazarlama açısından küresel tek para birimi olarak kullanılmak amacıyla yenilik arayışındaki tüketicilerin kullanımını hedefleyen Bitcoin kripto para birimi, tüm pazar stratejisini benimsemektedir. Günümüzde de Bitcoin kripto para biriminin hedef pazarı tüm dünyadaki tüketiciler, başta küresel şirketler olmak üzere özel ve kamu işletmeleri ile devletlerdir. Pazarda oluşan fırsatların değerlendirilmesinde, hedef pazarın tek bölüm stratejisi olarak belirlenmesi, finansal sektörde büyüme odaklı strateji oluşturan şirketlerin tercih edebileceği temel bir yöntemdir. Pazarda Bitcoin kripto para birimi dışında dünya genelinde herhangi bir kripto para birimi bulunmaması, Bitcoin’in hedef pazar seçiminde ve başarısında önemli rol oynamıştır. Küresel olarak dijital para pazarındaki bu boşluğu doldurma açısından Bitcoin kurucularının pazarda tek bölüm stratejisini tercih etmesi, sektör ve ürün özelliğine göre uygun bir yöntem olarak görülmekte ve bu durum küresel bir marka olmasına katkı sağlayan önemli bir etken olarak ortaya çıkmaktadır. Yine Bitcoin’in kripto para pazarına nüfuz etme stratejisini uygulaması, uzun dönemde müşterilerinde marka sadakati oluşmasında etkili olmuştur.

Uluslararası turizmde Bitcoin kripto para birimi kullanımı zamana yayılmakta olup, ülkeler arasındaki farklı yasal düzenlemelerden bağımsız olarak finansal işlemlerin gerçekleşmesi hedef müşteri kitlesine erişim ve küçük işletmeler için niş pazar konumlandırma gibi faydalar getirmektedir (Gültekin, 2017:111). Son zamanlarda dünya genelinde düzenlenen hacker saldırılarına karşı dirençli olan ve sistemin yaygınlığını artıracak alt yapının oluşturulması iş adamlarının ticari işlemlerinde Bitcoin kripto para birimini daha yaygın bir şekilde kullanmasıyla gerçekleşecektir (Schäfer, 2017:1146). Bitcoin kripto para biriminin turizm sektöründe faaliyet gösteren ulaşırma, konaklama, yiyecek ve içecek işletmeleri tarafından bir ödeme aracı olarak kabul edilmesi markanın uyguladığı farklılaştırılmamış pazarlama stratejisinin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır.

#### 2.4. Bitcoin Marka Değeri ve Derecesi

Marka olabilmek, her tüketiciye göre değişik bir anlam çağrıştırmakta ve farklı bir algılama oluşturmakta, genellikle bilinirlik, güvenilirlik, saygınlık, yüksek kalite, değer, imaj veya kimlik kavramlarıyla beraber düşünölmekte olup, şöhret, güç, prestij, istikrar, başarı ve farklılık kelimeleri toplum tarafından marka ile aynı anlamda algılanmaktadır (İri, İnal ve Türkmen, 2010: 23). Marka kavramı, işletme, üretici veya satıcıların ürününü tanıtan, rakip işletme veya ürünlerine göre fark edilmesini sağlayan isim, terim, logo, sembol, şekil veya bunların bir kısmının ya da tamamının bileşimidir (Nakip, Varinli ve Gülmez, 2012: 52). Son zamanlarda marka değeri ve marka derecesi kavramları da tüketicilerin marka ile ilgili algılama ve düşöncelerinde işletmeler açısından önemli olmaktadır.

Marka değeri, tüketicilerin ürünün kıymeti hakkındaki düşöncesi olup, müşterilerin bakış açısıyla marka adı, sembolü, marka çağrışımı ve itibarının toplam değerini ifade etmektedir (Altuntaş, 2018: 4). Finansal bakış açısıyla, marka sahibinin bir markanın kullanımından sağlayacağı gelecek dönemlerdeki her türlü faydanın bugünkü değeri şeklinde tanımlanan marka değeri, pazarlama açısından güçlü bir marka isminin, tüketicinin zihnindeki olumlu izlenimlerin ürün ve tüketiciye kattığı ek değeri ifade etmektedir (Özgüven, 2010: 147). Marka derecesi ise, tüketicilerin tercih ettiği markanın ayırt edilebilecek ölçüleriyle, diğer markalar arasında yaptığı kıyaslama olup, marka derecelendirmesiyle müşterilerin markanın diğer markalarla arasındaki belirgin özelliklerinin ya da farkların karşılaştırılması amaçlanmaktadır. Bitcoin marka değeri hesaplanırken gösterdiği performans, güç ve başarıları sayısallaştırılmaktadır. Bitcoin kripto para birimi pazara ilk sunulduğu dönem olan 2008-2009 yıllarında önemsiz, karşılığı ve geleceği olmayan bir ürün olarak kabul edilmekteydi. New Liberty Standard isimindeki borsa Ekim 2009'da ilk BTC/USD kurunu 1 USD'den da az olarak 1 dolar = 1,309 BTC olarak yayınladı. Birkaç kuruştan veya en küçük bozuk paradan fazla bir değere sahip olmayan Bitcoin, 2010 yılında kuruluş değerlerinde fiyatlanırken, 2011 yılını 6 USD seviyesi ortalamasında tamamlamıştır.

**Şekil 2. Bitcoin Kripto Para Birimi Yıllara Göre Fiyat Değişimi**

**Kaynak:** <https://tr.investing.com/crypto/bitcoin/btc-usd>, Erişim Tarihi: 13 Şubat 2021.

2012 yılında da aynı fiyat seviyelerinde ilerleyen Bitcoin, ilk büyük yükselişini 2013 yılında yaşamıştır ve ortalama 190 USD fiyat seviyelerinden 2013 yılını tamamlamıştır. Bitcoin, USD karşısında 2014 yılından itibaren değerini hızla katlamaya devam ederek 526 USD seviyesine yaklaşmıştır ve 2015 ve 2016 yılında değerini korumayı başarmıştır. Pazarına sunulmasından itibaren ve piyasaya ilk çıktığında fiyatı bakımından asıl yükselişini 2017 yılında yaşayarak 20.000 USD seviyesine hızlı tırmanarak tüm dünyada dikkat çeken bir ürün haline dönüşmüştür. Fiyat artan ürünlerin pazarda dikkat çekmesi 2018 ve 2019 yıllarında düşüşler yaşansa da, 2018 yılını 7.558 USD ortalamasından, 2019 yılını ise 7.366 USD seviyesinde kapatmıştır. Bitcoin, 2020 yılı sonunda 29.124 USD ve 13 Nisan 2021 tarihinde en yüksek değeri olan 63.540 USD seviyesine ulaşarak marka değerini hızlı bir şekilde arttırmayı başarmıştır.

Her bir Bitcoin'in yüz milyonda bir bölünebilmesi gelecekte Bitcoin fiyatının milyon dolarlara ulaşması durumunda bile bu yüksek fiyatlı değişim aracı ile gerçekleştirilecek daha küçük tutarlı alışverişlerde sorun olmayacaktır (Tapscott ve Tapscott, 2016: 51). 2020 yılından itibaren Covid 19 etkisiyle küresel olarak yaşanan pandemi sürecinde tüketicilerin evlerinden Bitcoin kripto para birimine yatırım yapma ve e-ticarette kullanılmasında dijital para birimi pazarında bir marka olmayı başaran Bitcoin, günümüzde uluslararası pazarda da, tüm kripto para birimlerini temsil eden küresel bir marka haline dönüşmeyi başarmıştır. Kripto para birimi olarak marka olduktan sonra küresel kripto para birimi pazarında rekabet edebilmenin temel koşulu olduğunun farkında olan Bitcoin, ortaya çıkışından itibaren her sektörde müşterilerine sunduğu hizmetlerde standardizasyona ve kaliteye önem vermiştir. Aynı zamanda Bitcoin kripto para birimi, marka olma hedefleri doğrultusunda 2010 yılından itibaren özellikle küresel işletmeler ile kurumsal finansal kuruluşlar ve merkez bankaları tarafından kullanımı kabul

edilmeye başlanmıştır. Küresel bir marka olan Bitcoin, kaynaklarını toplumla paylaşarak, sosyal sorumluluk bilinciyle yaşanan küresel felaketlerde insanlara katkı sağlamaktadır. Bu amaçla bağış kampanyalarının yanı sıra eğitim, bilim, spor, sanat ve kültür alanlarındaki birçok organizasyonda ya da projede sponsor olmuştur.

İşletmelerde temel olarak kullanılan fiyatlandırma hedefleri içerisinde, cari karın maksimizasyonu, hedeflenen karın elde edilmesini sağlayan fiyatlandırma, pazara nüfuz etme, işletme satış gelirlerinin maksimizasyonu ve pazarın kaymağını alma uygulamaları yer almaktadır. Fiyatlandırma yöntemleri içerisinde ise, maliyete, talebe ve rekabete dayalı fiyatlandırma yöntemleri bulunmaktadır (Mucuk, 2016: 151-157). Bitcoin kripto para birimi pazara çıkmasından itibaren talebe göre fiyatlandırma stratejisini uygulamakta olup, talebin sürekli artması Bitcoin fiyatının yükselmesinde önemli faktörler arasında yer almıştır.

### 2.5. Bitcoin Kripto Para Birimi Konumlandırma

Pazarlama açısından bir ürünü küresel marka yapabilmek için, öncelikle ürün ismi, özellikleri ve imajında bir standardizasyon oluşturmakla birlikte kalite çalışmalarına önem vermek, daha sonra üründen faydalanan veya benzer sosyo-psikolojik ve kültürel özellikleri paylaşan küresel pazar bölümünü belirlemek ve en sonunda ürünün konumlandırmasını gerçekleştirmek yer almaktadır (Van Mesdag, 2000: 75). Konumlandırma, pazarlamanın önemli stratejik kavramlarından birisi olup, mevcut ve potansiyel müşterilerin zihninde bir işletme, ürün veya markayla ilgili olumlu algı oluşturmaya ve oluşturulan bu algıyı sürdürmeye yönelik karar ve faaliyetler sürecidir (Altunışık, 2009: 41). Konumlandırma aynı zamanda bir işletmenin, ürünün veya markanın pazardaki diğer sunumlardan farklılaştırma çabasını ifade etmektedir ve konumlandırma ile rakiplerinden farklılıklarının ortaya konulması veya gerçekte bir fark yoksa bile tüketicilerin bunu farklı olarak algılamalarının sağlanması amacı planlanmaktadır (Mucuk, 2016: 145). İri ve İnal'ın (2011: 458) ifade ettiği gibi "konumlandırmada, tüketiciler tarafından ürünün, işletmenin veya markanın algılanması (imajı) üzerinde durulmakta ve konumlandırmanın ölçülmesinde, algılama haritaları kullanılmaktadır. Konumlandırma ile birlikte, işletme, marka veya ürünün, pazarda herhangi bir yere fiziksel olarak konulması yerine, tüketicilerin zihinlerinde herhangi bir yere oturtulması hedeflenmektedir".

Bitcoin kripto para birimi, başlangıçta yalnızca finansal pazarda yer alması sebebiyle bu durumun pekiştirilmesine yönelik bir konumlandırmayı tercih etmiştir. Bu pazar bölümüne yönelik Bitcoin kripto para birimi, orta ve üst gelir grubu hedef tüketici olarak belirlemektedir. Ancak günümüzde, tipik Bitcoin kripto para birimi kullanıcıları profili Erkek, 44 yaşından küçük, yatırım ve teknolojiye ilgi duyan, aktif biçimde sürekli internet ve bilgisayar kullanan tüketici grupları ile birlikte Bitcoin kripto para birimi, konumlandırmada da dönüşüm sağlamıştır (İri, 2021: 46). Özel sektördeki



...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

işletmelerin de bu teknolojiyi kabul etmesi, tüketicilerin ve işlemlerin kullanımına sunulması veya kullanımının teşvik edilmesi Bitcoin ve alternatif diğer kripto para birimlerinin gelişimi açısından önem arz etmektedir (Karaoğlan vd., 2018: 25). Devletler tarafından Bitcoin ve diğer kripto para birimlerinin yasallığı tanımlandıkça fiyatlarda yaşanan dalgalanma ve oynaklıkların azalması sonucu, gelecek yakın zamanda Bitcoin ve diğer kripto para birimleri bir varlık sınıfına dönüşebilecektir (Sontakke ve Ghaisas, 2017: 17). Ayrıca, halkın parası veya bir halk markası şeklinde tanıtımını yapan Bitcoin kripto para birimi markası, kendisini, bütün tüketici bölümlerine hitap eden, kripto para birimi pazarında en kaliteli ürün olarak sunduğu Bitcoin'in en düşük fiyatlarla pazara sunduğu bir halk markası olarak konumlandırmaktadır.

Konumlandırma, ürün özelliğini, sınıfını, ürün tüketicilerine vurgulamaya, fiyat-kalite ilişkisine, rakiplere göre kıyaslamaya, kültürel sembollerle ilişkilendirmeye, yaşam biçimine ve marka kişiliğine dayalı olmak üzere birçok yöntemle yapılabilir (Arlı, 2012: 99). Bitcoin'in günümüzde kullanımdan kaynaklanan avantajları arasında herhangi bir aracıya ihtiyaç duymaması, ödemelerde ücret ya da komisyon uygulanmaması, erişilmesinin ve kullanımının kolay olması yer almaktadır (Yıldırım, 2015: 87-88). Bitcoin kripto para birimi, bu avantajlarının yanı sıra, aynı ürün grubundaki ürünlerle temelde aynı özelliklere sahip olmasına rağmen, bir yönü ile diğerlerinden farklı olduğunun vurgulandığı ürün sınıfını vurgulayan bir konumlandırma tercih etmiştir. Bitcoin kripto para birimi altın, gümüş ve diğer emtia grupları gibi bir yatırım aracı olması özelliğinin yanı sıra, diğerlerinden farklı yönü olan dünya genelinde her türlü alışverişlerde, yapılan harcamalarda ve ödemelerin gerçekleştirilmesinde, her türlü para transferlerin kolayca gerçekleştirilmesi özelliğini ortaya koyarak diğerlerinden farklı olduğu ürün sınıfını vurgulayan bir konumlandırma stratejisini kullanmaktadır. Bitcoin, kurulduğu ve pazara sunulduğu zamandan günümüze kadar geçen on üç yıllık zaman sürecinde, küresel olarak finansal pazarda kaliteli bir marka oluşturmayı başarmıştır. Bitcoin, her yaşta tüketicinin her türlü yatırım ve değer saklama ihtiyaçlarını karşılayacak ürün olan Bitcoin ve altcoinleri üretmektedir.

Bitcoin, pazara sunulmasından itibaren günümüze kadar olan süreçte markanın konumlandırılmasında sarı altın rengini, bozuk para şeklini ve ₺ harfini şekil ve logolarında kullanmaktadır. Altın rengi ve USD'ye benzeyen ₺ harf şekli tüketiciler üzerinde güven oluşturmaktadır. Ancak, Bitcoinin logosu ile birlikte kullanabileceği herhangi bir sloganının bulunmaması dikkat çekmektedir. Örneğin, "Geleceğin dünyasının para birimi" veya "Gelecekteki değer saklama ve değer katlama aracınız" şeklinde bir slogan, markalaşma yolunda, logoyla birlikte kullanımı uygun düşebilecektir. Yine marka ismini her yerde küçük harflerle yazmayı tercih etmektedir. Genellikle küresel markaların kullandığı isimlerinin küçük harflerle yazılmasında olduğu gibi isminin bitcoin şeklinde küçük harflerle yazılması dikkat çekmektedir. Günümüzde küresel birçok marka, isim,

logo ve şekillerinde küçük harfleri kullanmakta olup, büyük harflerin ciddiyeti temsil ettiği, küçük harflerle tasarlanmış isim, logo ve şekillerde daha fazla sıcaklık ve samimiyet algılaması olduğu görülmektedir. Ürün yaşam eğrisinde, Bitcoin kripto para birimi uluslararası pazarlarda hala büyüme döneminde yer almaktadır.

Herhangi bir para birimini diğeriyle değiştirmek genellikle bazı komisyonların uygulanması sonucu tüketiciler için çeşitli maliyetler oluşturmakta olup, Bitcoin, internet üzerinden uluslararası kullanılmak üzere tasarlanması sebebiyle bu maliyetleri önleyebilmesi bakımından diğer dijital para birimlerine göre benzersizdir (Churilov, 2015: 4). Turizm sektöründe yer alan konaklama, yiyecek-içecek işletmeleri, tur operatörleri, seyahat acentaları, hava, kara ve deniz taşıma işletmeleri tarafından hizmet kalitesini arttırmak, müşteri memnuniyetini sağlamak için Bitcoin ve diğer kripto para birimleri teknolojisi kullanılabilir (Dogru vd., 2018: 7). Kripto para birimlerinin hız ve maliyet tasarrufu açısından turizm sektörüne sağlayacağı katkılar düşünüldüğünde gelecekte paket tur, oda satışı, koltuk satışı gibi işlemlerin kripto para birimleriyle gerçekleştirilmesi ve sektörel ölçekte Bitcoin'in ödeme aracı olarak kabul edilmesi işletmeler için bir önemli fırsat avantajı sağlayacaktır (Arıca ve Kozak, 2020: 49). Turizm sektöründe konaklama, araç kiralama, yiyecek-içecek işletmeleri, tur operatörleri ile seyahat acentaları, hava, kara ve deniz taşıma işletmeleri tarafından harcamalarda Bitcoin, kullanılabilir; seyahat acentasına, havale masrafı olmadan ödeme yapılmasını sağlayabilir (Garipağaoğlu ve Demir, 2020: 215). Bitcoin ve diğer kripto para birimlerinin sosyo-ekonomik yaşamdaki kullanım alanlarının genişletilmesi ve alışverişlerde düşük vergi oranlarıyla vergilendirilmesi Bitcoin ve diğer kripto para birimlerinin son derece güç olan regülasyonu ve vergilendirilmesi meselesini kısmen de olsa kolaylaştırabilir (Şahin, 2019: 178).

### **Sonuç ve Öneriler**

En önemli amacı hızlı büyümek ve yüksek kar elde etmek olan şirketlerin rekabet edebilme ve uyguladıkları pazarlama stratejilerinin öğrenilmesi, bilinmesi ve kullanılması küresel bir marka olabilmelerinde önemli bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır (İri ve Acar, 2017: 115). İçsel değeri ve özel Bitcoin meraklıları arasında keyfi olarak müzakere edildiğinden beri yıldızlığa giden zorlu yolculuğunda, ilk kripto para birimi olarak başarılı bir şekilde piyasaya sürülmesinden itibaren Bitcoin, yasal belirsizliğin yanı sıra sayısız zorluğun ortasında bir marka isim olmayı başarmıştır (Taskinsoy, 2019: 17). Bit ve Coin İngilizce en küçük bozuk para anlamına gelmekte olup, bir internet terimi olan Bitcoin şekline dönüştürülmüştür ve herhangi bir banka, finansal kuruluş ya da resmi bir kuruluşa bağlı olmaksızın internete endeksli ve internette kullanabilen dijital para birimi olarak açıklanmaktadır. Henüz çok yeni olan ve uluslararası pazara sunulan Bitcoin ve diğer kripto para birimleri hakkında "Bu ürün lale soğanı mıdır, hikayesi olmayan bir ürün müdür, para olarak görülmeli midir yoksa para mıdır?" sorularını insanlar sürekli birbirlerine sormaktadır. Bitcoin ve

türevleri olan diğerkripto para birimleri tüketiciler için bir değer saklama aracı ve yatırım ürünüdür. ABD Emtia Vadeli İşlemler Komisyonu CFTC'ye göre emtia şeklinde değerlendirilen bu yatırım ürünü, çağlar boyunca en değerli saklama aracı olan altının dijitalleştirilmesi sonucu Bitcoin adını almış ve finansal pazarda tüketicilerin hizmetine sunulmuştur (<https://www.cftc.gov/solr-search/content?keys=bitcoin>). Halkın parası olarak ortaya çıkan Bitcoin kripto para birimi sıradan insanları elitlerin sömürsünden kurtarmak için icat edilmiştir.

Bitcoin kripto para birimi, pazar bölümlendirmede birden fazla değişkeni göz önünde bulundurmaktadır ve finansal açıdan küresel tek para birimi olarak kullanılmak amacıyla yenilik arayışındaki tüketicilerin kullanımını hedeflemesi ile birlikte Bitcoin kripto para birimi rakibi bulunmaması hedef pazar seçiminde ve başarısında önemli rol oynamıştır. Kendisini, bütün tüketici bölümlerine hitap eden, kripto para birimi pazarında en kaliteli ürün olarak sunduğu Bitcoin'in en düşük fiyatlarla pazara sunduğu bir halk markası olarak konumlandırmasıyla birlikte hızla artan fiyatı, marka değeri ve marka derecesi sayesinde Bitcoin kripto para birimi dünyadaki finansal varlık pazarında küresel bir marka haline gelmiştir. Garipağaoğlu ve Demir'in de (2020: 217) ifade ettiği gibi: "Blok zinciri kullanımı uzun zaman sürecinde işletmeler için işlem ve zaman maliyetlerini düşürse de, başlangıçta yüksek yatırım harcamalarına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu teknolojiye uyum sağlamak için firmaların dijital dönüşüm yapmaları gereklidir. Ayrıca alanın yeni olması nedeniyle yeterli sayıda ve donanımda insan kaynağı olmaması da bir sorun olarak görünmektedir. Kullanılan teknoloji yazılım hataları ve siber saldırılar tehlikesi ile de karşı karşıyadır. Bu durum firmalar kadar bireyler için de bir risk unsuru olarak değerlendirilebilir. Ayrıca yasal bir altyapının evrensel düzeyde oluşmaması nedeniyle, firmalar ve bireyler arasındaki olası sorunların nasıl aşılacağı da bir risk faktörü olarak ele alınmalıdır. Bitcoin ve blok zinciri sunduğu faydaların yanında bu tip riskleri de barındırmaktadır." Blockchain teknolojisi yeni bir dijital yaşama geçmeye olanak sağlamıştır ve Bitcoin ve diğer kripto para birimleri de bu durumun yeni bir ürünü olarak ortaya çıkmıştır.

Gelecekte yapılacak çalışmalarda, "Bitcoin markasının diğer markalarla karşılaştırması", "Bitcoin markası rakipleri" gibi konular, teorik ve uygulamalı olarak incelenebilir.

### **KAYNAKÇA**

- Ağan, B. ve Aydın, Ü. (2018). Kripto Para Birimlerinin Küresel Etkileri: Asimetrik Nedensellik Analizi. *Uluslararası Katılımlı 22. Finans Sempozyumu*, s. 797-816.
- Aksoy, R. (2006). Bir Pazarlama Değeri Olarak Güven ve Tüketicilerin Elektronik Pazarlara Yönelik Güven Tutumları. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), s. 79-90.
- Alpago, H. (2018). Bitcoin'den Selfcoin'e Kripto Para. *Uluslararası Bilimsel Araştırma Dergisi*, 3(2), s. 411-428.
- Altay, F (2017). 21. Yüzyılda Para Kavramı Bitcoin- Kripto Para- I. *Yeni İpek Yolu Konya Ticaret Odası Dergisi*, 39(357), s. 34- 39.

- Altunışık, R. (2009). Stratejik Pazarlama Planlaması, Pazarlama Stratejileri Yönetmel Bir Yaklaşım, (Ed. Ö. Torlak ve R. Altunışık), İstanbul: Beta Yay.
- Altuntaş, E., Y. (2018). Dijital Dönüşüm Uygulamalarının Kurumların Marka Değeri Üzerindeki Etkisi. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, (2), s. 1-18.
- Angel, J. J. ve McCabe, D. (2015). The ethics of payments: Paper, plastic, or Bitcoin?. *Journal of Business Ethics*, 132(3), s. 603-611.
- Antonopoulos, A. M. (2014). Mastering Bitcoin. United States of America: Published by O'Reilly Media.
- Arlı, E. (2012). Konumlandırma Stratejilerinin İşletme Performansı İlişkisi: Liman İşletmeciliğinde Bir Uygulama. *Journal of Management & Economics*, 19(2), s. 99-121.
- Arıca, R. ve Kozak, R. (2020). Kripto Para Türlerinin Turizm Eğitimi Alan Bireyler Tarafından Bilinirliğinin İncelenmesi: Bitcoin Örneği. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences*, 2(2), s. 37-51.
- Ateş, B. A. (2016). Kripto para birimleri, bitcoin ve muhasebesi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), s. 349-366.
- Atık, M., Köse, Y., Yılmaz, B. ve Sağlam, F. (2015). Kripto para: Bitcoin Ve Döviz Kurları Üzerine Etkileri. *Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(11), s. 247-261.
- Bakır, H. (2018). Bitcoin: Yeni Bir Finansal Krize Doğru Mu?. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 55(646), s. 131-157.
- Bilir, H. ve Çay, Ş. (2016). Elektronik Para ve Finansal Piyasalar Arasındaki İlişki. *Academic Review of Economics & Administrative Sciences*, 9(2), s. 21-31.
- Brand, A. W. (2016). Bitcoin for Dummies. Prypto: <http://www.wiley.com/go/permissions>, s. 208-209.
- Canbay, T. (2018). Bitcoin'de Vergilendirme Sorunu, Ekonomik Boyutlarıyla İnovasyon, Manisa: *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Yayınları*, s.1-11.
- Cengiz, K. (2018). En Popüler Kripto Para Birimi: Bitcoin. *Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 1(2), s. 87-100.
- Churilov, A. (2015). Practical Aspects of Bitcoin Usage in Business. Available at SSRN 2685646.
- Cihangir, M., Baysa, E., Söker, F. ve Eroğlu, S. E. (2019). Bitcoin Piyasasına Katılım Eğilimi: Farklı Üniversite Öğrencileri Üzerinde Ankete Dayalı Bir Değerlendirme. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(4), s. 505-522.
- Çarkacıoğlu, A. (2016). Kripto-Para Bitcoin, Sermaye Piyasası Kurulu Araştırma Raporu, Ankara.
- Devravut, Ö. (2018). Bitcoin, Blockchain ve Manipülasyon: Borsa Analizi ve Geleceğe Dair Varsayımlar. First International Congress of Political, Economic and Financial Analysis-2018 (PEFA'18). pp: 129-145. April 26-28, 2018, Nazilli, Aydın, Turkey
- Dizkırıncı, A.S. ve Gökgöz, A. (2018). Kripto Para Birimleri ve Türkiye'de Bitcoin Muhasebesi, *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies*, 4(2), s. 92-105.
- Dogru, T., Mody, M. & Leonardi, C. (2018). Blockchain Technology & Its Implications For The Hospitality Industry. *Boston University School of Hospitality Review Administration*, s. 1-13.

- Eğilmez M. (2013). Bitcoin. <http://www.mahfiegilmez.com/2013/11/bitcoin.html>. Erişim Tarihi: 29.11.2020.
- Erarlan, C. Bitcoin'in Özellikleri, Teknolojik Altyapısı, Ulusal Para Sistemleri İçin Oluşturduğu Fırsat ve Tehditler. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(39), s. 23-35.
- Garipağaoğlu Uğur, N. ve Demir, E. (2020). Kripto Paralar ve Blok Zinciri: Turizm Sektörü Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of Yasar University*, 15(58), s. 210-220.
- Geçer, T. (2016). Ürün Pazarlamasında Doğrudan Pazarlama Gelişme Potansiyeli ve Tutundurma Karması İçerisindeki Önemi: Eskişehir İlindeki İşletmelerde Doğrudan Pazarlama Uygulamalarına İlişkin Çalışma. *İktisadi Yenilik Dergisi*, 3(2), s. 46-71.
- Guegan, D. (2018). The Digital World: I – Bitcoin: From History to Real Live. CES Working Papers.
- Gültekin, Y. (2017). Turizm Endüstrisinde Alternatif Bir Ödeme Aracı Olarak Kripto Para Birimleri: Bitcoin. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), s. 96-113.
- Güven, V. ve Şahinöz, E. (2018). Blokzincir Kripto Paralar Bitcoin: Satoshi Dünyayı Değiştiriyor. İstanbul: Kronik Kitap.
- Hayes, A. S. (2017). Cryptocurrency Value Formation: An Empirical Study Leading To A Cost Of Production Model For Valuing Bitcoin. *Telematics and Informatics*, 34(7), s. 1308-1321.
- Hepkorucu, A. ve Genç, S. (2017). Finansal Varlık Olarak Bitcoin'in İncelenmesi ve Birim Kök Yapısı Üzerine Bir Uygulama. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(2), s. 47-58.
- <https://www.cftc.gov/solr-search/content?keys=bitcoin>, Erişim Tarihi: 01.02.2021.
- <https://tr.investing.com/crypto/bitcoin/btc-usd>, Erişim Tarihi: 13.02.2021.
- İçelloğlu, C. Ş. ve Öztürk, M. B. E. (2018). Bitcoin İle Seçili Döviz Kurları Arasındaki İlişkinin Araştırılması: 2013-2017 Dönemi İçin Johansen Testi ve Granger Nedensellik Testi. *Maliye ve Finans Yazıları*, 1(109), s. 51-70.
- İri, R. (2021). Finansal Pazarlama Kapsamında Kripto Para Pazarlaması ve Kripto Para Birimlerinin Bilinirliği ve Farkındalığı. *Cumhuriyet Üniversitesi İİBF Dergisi*, 22(1), s. 61-88.
- İri, R. ve Acar, N. (2017). Bir Ulaştırma Firmasının Büyüme ve Küresel Bir Marka Olma Hikayesi: Türk Hava Yolları AŞ Örneği. *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 7(1), s. 103-118.
- İri, R. ve İnal, M. E. (2011) Bir Hazır Giyim Markasının Pazardaki Değişim Hikayesi: Lc Waikiki Örneği, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(1), s. 445-469.
- İri R., İnal, M. E. ve Türkmen, H. H. (2010). Geçti Bor'un Pazarı Sür Eşegi Niğde'ye, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Jonker, N. (2018), What drives bitcoin adoption by retailers?, Working Paper No. 585, February 2018, De Nederlandsche Bank NV, Amsterdam, s. 1-35.
- Kaplanhan, F. (2018). Kripto Paranın Türk Mevzuatı Açısından Değerlendirilmesi: Bitcoin Örneği. *Vergi Sorunları Dergisi*, 353, s. 105-123.
- Karağaç, G. A. ve Altınırnak, S. (2018). En Yüksek Piyasa Değerine Sahip On Kripto Paranın Birbirleriyle Etkileşimi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (79), s. 123-138.

- Karaoğlan, S., Tayfun, A. ve Bilgin, O. (2018). Türkiye’de Kripto Para Farkındalığı ve Kripto Para Kabul Eden İşletmelerin Motivasyonları. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 6(2), s. 15-28.
- Khalilov, M. C. K., Gündebahar, M. ve Kurtulmuşlar, İ. (2017). Bitcoin ile Dünya ve Türkiye’deki Dijital Para Çalışmaları Üzerine Bir İnceleme. Proceedings of 19. Akademik Bilişim Konferansı.
- Kızıltuğ, T. ve Fidan, H. (2019). Hatay İlinin Portakal Üretimi ve Dış Ticarete İşletmelerin Pazarlama Stratejileri. *Tarım ve Doğa Dergisi*, 22(2), s. 281-293.
- Koçoğlu, Ş., Çevik, Y. E. ve Tanrıöven, C. (2016). Bitcoin Piyasalarının Etkinliği, Likiditesi ve Oynaklığı. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(2), s. 77-97.
- Metin, İ. ve Yakut, E. (2018). Kripto Para Girişimciliğinde Güven Faktörü Üzerine Bir Araştırma. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 7(2), s. 67-78.
- Mucuk, İ. (2016). Pazarlama İlkeleri, 21. Basım, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Nakip, M., Varinli İ. ve Gülmez, M. (2012). Güncel Pazarlama Yönetimi, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özğüven, N. (2010). Marka Değeri: Global Markaların Değerlendirilmesi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1), s. 141-148.
- Parlaktuna, İ. ve Güngül, M. (2020). Bitcoin’in Tanımlanma Sorunu (Kuramsal Makale). *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (86), s. 25-38.
- Pirinççi, A. E. (2018). Yeni Dünya Düzeninde Sanal Para Bitcoin’in Değerlendirilmesi (Evaluation of Virtual Money Bitcoin in the New World Edition). *Uluslararası Ekonomi Siyaset İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 1(1), s. 45-52.
- Schäfer, D. (2017). Banken und Bitcoin: Vernetzung Muss Verhindert Werden. *DIW-Wochenbericht*, 84(49), s. 1146-1146.
- Sontakke, K. A. ve Ghaisas, A. (2017). Cryptocurrencies: A Developing Asset Class. *International Journal of Business Insights & Transformation*, 10(2), s. 10-18.
- Sönmez, A. (2014). Sanal Para Bitcoin. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, (TOJDAC), 4(3), s. 1-14.
- Şahin, M. (2019). Kripto Para Yeni Bir Vergi Sığınağı mı? Bilişim Teknolojilerindeki Gelişmeler Kapsamında Bir Değerlendirme. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (34), s. 169-181.
- Şamiloğlu, F. ve Kahraman, Y. E. (2019). Bitcoin, Blockchain ve Finansal Piyasa Değerlendirmesi. *Muğla Sitki Kocman University Journal of Social Sciences*, 20(45), s. 179-194.
- Tapscott, D. & Tapscott, A. (2016). *Blockchain Revolution: How the Technology Behind Bitcoin is Changing Money, Business and the World*. Massachusetts: Portfolio & Penguin Publishing.
- Taş, O. ve Kiani, F. (2018). Blok Zinciri Teknolojisine Yapılan Saldırıları Üzerine Bir İnceleme. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 11(4), s. 369-382.
- Taskinsoy, J. (2019). Blockchain: Moving Beyond Bitcoin into a Digitalized World. Available at SSRN 3471413.
- Temelli, F. (2019). Kripto Para Birimlerinden Bitcoin ve Muhasebe Açısından Değerlendirilmesi. *İktisadi Yenilik Dergisi*, 6(2), s. 107-119.
- Türkmen, S. Y. ve Durbilmez, S. E. (2019). Blockchain Teknolojisi ve Türkiye Finans Sektöründeki Durumu. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1), s. 30-45.

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

- Uzun, E. (2005). İşletme Politikası Kapsamında Bir Örnek Olay: Problemlerin Çözümlemesi Çoğunlukla Yeni Problemlere Yol Açar, *Mevzuat Dergisi*, 8(88), s. 85-103.
- Ünsal, E. ve Kocaoğlu, Ö. (2018). Blok Zinciri Teknolojisi: Kullanım Alanları, Açık Noktaları ve Gelecek Beklentileri. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (13), s. 54-64.
- Van Mesdag, M. (2000). Culture-sensitive adaptation or global standardization—the duration-of-usage hypothesis. *International Marketing Review*, 17(1), s. 89-105.
- Vigna, P. ve Casey, J. (2017). Kripto Para Çağı. Çeviri A. Atav, Ankara: Buzdağı Yayınlar.
- Yahanpath, N. ve Wilton, Z. (2014). Virtual Money: Betting On Bitcoin. *University of Auckland Business Review*, 17(1), s. 36-49.
- Yardımcıoğlu, M. ve Şerbetçi, G.(2018). Bitcoin'in Yapısı ve Yasa Dışı Kullanımı. *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), s. 165-190.
- Yıldırım, F. (2015), Kripto Paralar, Blok Zinciri Teknolojisi ve Uluslararası İlişkilere Muhtemel Etkileri, *Medeniyet Araştırmaları Dergisi*, 2 (4), s. 81-97.
- Yüksel, A. (2015). Elektronik Para, Sanal Para, Bitcoin ve Linden Doları'na Hukuki Bir Bakış. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*, LXXIII (2), s. 173- 220.

**KUR'ÂN'DA MESLEK TASAVVURU ve AVCILIKLA İLGİLİ AYETLERİN  
İNCELENMESİ****Mehmet Eyüp ÖZBERK\*****Özet**

Toplumsal bir varlık olarak insan, hayatını idame ettirebilmek için şahsî kabiliyetlerine göre kendine uygun bir meslek seçip çalışmak zorundadır. Kur'an, "hidayete rehberlik etme" temel gayesinin yanı sıra insanlık için örnek bir medeniyet kurmayı hedeflemiştir. Bu itibarla hayatın hakikatleriyle ilgilenmiş, sosyal hayatla ilgili olgulara değinmiş, insana çalışmayı emrederek yeryüzünün imarına sevk etmiştir. Özellikle peygamberler ve geçmiş milletlerden haberler içeren kıssalarda, yapılan teşbihlerde, hüküm bildiren, Allah'ın tevhit ve azametini ispat eden ayetlerde hayatın bir hakikati olan çalışmaya ve muhtelif mesleklere işaret edildiğini müşahede etmekteyiz. Buna matuf olarak çalışmamızda; Kur'an'da meslek tasavvurunu ortaya koymayı, en çok atf yapılan meslek türlerini tespit ederek "avcılık" ile ilgili ayetleri ve tefsirlerini incelemeyi hedeflemekteyiz. Makalenin konusu özgün olup tespit edebildiğimiz kadarıyla mevzu ile alakalı Türkiye'de daha önce bilimsel bir çalışma yapılmamıştır. Makalemizde öncelikle meslek kavramını ele alacak, çalışma ve meslek sahibi olmanın dinî ve sosyal yönden önemini ifade edeceğiz. Ardından Kur'an ayetlerinin tümünü çalışma ve meslek olgusu bağlamında değerlendirmeye çalışacağız. Son olarak "avcılıkla" ilgili Mâide Suresinde yer alan ayetleri inceleyecek, günümüz ve klasik müfessirlerin konuyla ilgili yorumlarından istifade edeceğiz. Makalemizin, araştırmacıların dikkatini çekeceğini, konuyu farklı yönleriyle incelemeye sevk edeceğini ve yeni çalışmalara kapı aralayacağını düşünüyoruz.

**Anahtar Kelimeler:** Kur'an, Meslek, Çalışma, Avcılık, Av Aletleri.**VOCATION CONCEPTION IN THE QURAN AND INVESTIGATION OF THE VERSES  
REGARDING HUNTING****Abstract**

As a social being, a person has to choose and work according to his personal abilities in order to survive. The Quran aims to establish an exemplary civilization for humanity as well as its main purpose of "guiding guidance". In this respect, the Quran was interested in the truths of life, touched on the facts about social life, and commanded people to work and encouraged them to reconstruct the earth. We observe that work and various professions, which are the truth of life, are pointed out especially in stories containing news from prophets and previous nations, in similar stories, in verses that declare judgment and prove Allah's monotheism and majesty. In our attributed study; we aim to reveal the concept of profession (vocation) in the Quran, to determine the most cited profession types and to examine the verses and interpretations about "hunting". As far as we can determine the topics relevant to the subject of the article is an original scientific work has not been mentioned in Turkey before. In our article, we will first deal with the concept of profession and express the importance of working and having a profession in religious and social

\* Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Yüksek Lisans Öğrencisi. Ankara-Türkiye: e-mail: e.ozberk@hotmail.com ORCID: 0000-0003-4165-8020

Derleme Makale.

Sayfa Sayısı: 747-769

Makale Geliş Tarihi: 21.02.2021

Makale Kabul Tarihi: 22.04.2021

Makale Yayın Tarihi: 05.05.2021



aspects. Then, we will try to evaluate all the verses of the Quran in the context of work and profession (vocation). Finally, we will examine the verses in Sourate al-Maidah about “hunting” and make use of the comments of contemporary and classical interpreters (mufassir) on the subject. We think that our article will attract the attention of researchers, encourage them to examine the subject from different aspects and open the door to new studies.

**Key words:** Quran, vocation (proffesion) work, hunting, hunting tools.

## GİRİŞ

İnsan, dünya hayatını onurla sürdürebilmek, gıda, giysi, mesken vb. zaruri ihtiyaçlarını<sup>1</sup> karşılamak için çevresiyle iletişim kurmaya ve hemcinsleriyle yardımlaşmaya muhtaçtır. Onu toplum içerisinde yaşamaya iten bu durum, aynı zamanda diğer canlılardan ayıran en temel hususiyetlerden biridir. Nitekim sair canlılar, ihtiyaçlarını tabiatta hazır bir halde bulurken, insanın bir çaba neticesinde elde ettiği hammaddeleri kendisinden istifade edebileceği şekle dönüştürmesi ve farklı yeni şeyler üretmesi gerekmektedir.<sup>2</sup> Bu ise her ne kadar inanç, kültür, adet vb. yönlerden farklı da olsalar, birlikte yaşayan insanlar arasında iş bölümüne gidilmesi sonucunu doğurmuştur. Her birey meslek diye de tabir edilen bu iş bölümlerinden kendisi için uygun olanı tercih eder ve ihtiyaçlarını temin için çalışır.

Kur’an, insanlığa hidayet rehberi olarak indirilmiştir.<sup>3</sup> Bu itibarla insanın dünyevî ve uhrevî saadetini temin edecek her hususa direk ya da dolaylı olarak temas etmiştir<sup>4</sup> ki bunlardan biri de “meslek” olgusudur. Meslekler, insanın yaşamını sürdürmesinde temel araç olan malı temin etmeye vesile olmanın yanı sıra, toplumun kalkınıp gelişmesinde ve medeniyet inşasında önemli bir tesire sahiptir. Kur’ân’da çalışmayla ilgili müstakil ayetler bulunmaktadır. Hayatın bir hakikati olan meslek olgusuna ise; peygamberler ve geçmiş ümmetlerden haber veren kıssalarda, Allah’ın varlığını ve birliğini ispat gibi farklı konularla ilgili yapılan teşbihlerde ve hüküm bildiren ayetlerde işaret edilmektedir. Sosyal ilimlerin hayli geliştiği, Kur’ân’la ilişkisinin araştırıldığı ve bununla alakalı muhtelif birçok çalışmanın yapıldığı günümüzde, konunun incelenmeye değer bir ehemmiyet taşıdığı aşikârdır.

Konuyla ilgili “el-Hiraf Ve’s-Sınâât Fi’l-Kur’âni’l-Kerîm” unvanıyla Dr. Enver Ahmed Hân el-Bağdâdî tarafından Arapça telif edilmiş bir doktora tezi bulunmaktadır. Birinci baskısı 2013 yılında Beyrut Dâru’l-Kütübi’l-İlmiyye tarafından yapılan bu çalışmada yazar, Kur’ân’da varlığını ve kendilerine daha çok işaret edildiğini tespit ettiği meslekleri incelemiştir. Arap dünyasında bu doktora tezi dışında müstakil bir araştırma tespit edemedik ve Türkiye’de, mevzu ile alakalı daha önce bilimsel bir çalışmanın yapılmadığını müşahade ettik. Bu açıdan makalemizin önemli bir boşluğu dolduracağı ve yeni çalışmalara ilham kaynağı olacağını düşünüyoruz.

Çalışmamızın ana gayesi; Kur’ân’da meslek tasavvurunu ortaya koyup en çok atıf yapılan meslek türlerini zikrederek “avcılık” ile ilgili ayetleri, klasik ve günümüz tefsirlerinden istifade etmek suretiyle incelemektir. Bunun için öncelikle meslek kavramını ele alarak çalışma ve meslek

<sup>1</sup> Şâtîbî, Ebû İshâk İbrâhîm b. Mûsâ b. Muhammed el-Lahmî eş-Şâtîbî el-Girnâtî, *el-Muvâfakât*, thk. Ebû Ubeyde Meşhûr, (Hûber: Dâru’bni Affân, 1997), 2/305.

<sup>2</sup> Gazzâlî, Huccetü’l-İslâm Ebû Hâmid Muhammed el-Gazzâlî et-Tûsî, *İhyâu Ulûmi’d-Dîn Mea Tahrîci Hâfiz el-İrâkî*, (Kahire: Dâru’ş-Şa’b, ts.), cüz: 9, 3/1744.

<sup>3</sup> Bkz., el-Bakara, 2/2,185; İbrâhîm, 14/1; el-İsrâ, 17/9; en-Neml, 27/1,2.

<sup>4</sup> en-Nahl, 16/89.

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

sahibi olmanın dinî ve sosyal yönden önemine değineceğiz. Ardından Kur’ân ayetlerinin tümünü çalışma ve meslek olgusu bağlamında değerlendirerek atıf yapıldığını düşündüğümüz meslek türlerini özetle zikredeceğiz. Son olarak konuya örnek teşkil etmesi açısından “avcılık” ile alakalı ayetleri inceleyerek, avcılığın çeşitleri, avcılıkta kullanılan aletler ve ilgili şer’î hükümler çerçevesinde Kur’ân’da bu mesleğin varlığını araştıracağız.

### A. MESLEK KAVRAMININ TAHLİLİ

“Meslek” kelimesi, Türkçe’ye Arapça’dan geçmiştir. Arap dilinde; “kendisiyle elbise dikilen ip, bir mekana veya yola girmek ya da girdirmek, bir şeyi diğer bir şeye katmak” anlamlarına gelen “سُلُوك” kökünden türetilmiş olup “süluk edilen her türlü yol” demektir.<sup>5</sup>

Türkçe’de ise meslek, “yol, tarik, gidiş, tarz, usul, tertip, her kişinin dünyada yaşamak ve geçinmek için tuttuğu iş, tabii olduğu sınıf, belli bir eğitim ile kazanılan sistemli bilgi ve becerilere dayalı, insanlara yararlı mal üretmek, hizmet vermek ve karşılığında para kazanmak için yapılan kuralları belirlenmiş iş”<sup>6</sup> manalarına gelmektedir.

Sosyologlar başta olmak üzere pek çok bilim adamı meslek kavramını tanımlamaya çalışmıştır. Meslek kavramını tanımlamaya yönelik tariflerden bazıları şu şekildedir:

- “Meslek, genellikle uzun ve yüksek dereceli bir öğrenim gerektiren, kendine özgü yasal ve ahlaksal kuralları bulunan ve bir kimsenin geçimini sağlayan uğraştır.”<sup>7</sup>

- “Meslek, insanın yaşamını sürdürmek, geçimini sağlamak için seçtiği sürekli iş alanıdır ve yalnızca para kazanma yolu olmayıp aynı zamanda bireyin kendini gerçekleştirme yoludur.”

- “Meslek, kişinin hayatını sürdürmek ve geçimini sağlamak amacıyla sosyal değeri olan belli fonksiyonları yerine getirmesidir.”<sup>8</sup>

Konuyla ilgili yapılan tarifler ışığında; “meslek, kişinin dünyada yaşamak ve geçinmek için tuttuğu iş, belli bir eğitim ile kazanılan, sistemli bilgi ve becerilere dayalı, insanlara yararlı mal üretmek, hizmet vermek ve karşılığında para kazanmak için yapılan, kuralları belirlenmiş iştir” denilebilir.

Meslek kelimesinin ifade ettiği mana Türkçe’de, “zanaat, çalışma, iş, uğraş” kelimeleriyle de karşılanmaktadır. Bu kelimeler her ne kadar temelde; “çalışma, bir işle meşgul olma, kazanç elde etme” açısından birleşiyorlarsa da aralarında bazı farklılıkların bulunduğu bir gerçektir.

Arap dilinde ise meslek kelimesinin ifade ettiği mana, genel itibariyle “صِنْعَة، اِخْتِرَاف/حِرْفَة، ضَيْعَة، مهنة، مِهْنَة، مِهْنَة ve مِهْنَة/صِنَاعَة” kelimeleriyle karşılanmaktadır.<sup>9</sup> Bunların yanı sıra meslek teriminin kapsamında yer alan kazanç, maişet temini elde etmek, çalışmak vb. anlamlar ise “سَعْي، كَسْب، اِكْتِسَاب”

<sup>5</sup> Halil b. Ahmed, Ebû Abdîrahmân el-Halil b. Ahmed b. Amr b. Temîm el-Ferâhidî (el-Fürhûdî), *Kitâbu'l-Ayn – Murattaben Alâ Hurûfi'l-Mu'cem-*, thk. Dr. Abdu'l-Hamîd Hindâvî, (Beirut: Dâru'l-Kutubi'l-İlmiyye, 2003), 2/267; İbn-i Düreyd, Ebû Bekr Muhammed b. el-Hasen b. Düreyd el-Ezdî el-Basrî, *Cemheratü'l-Luğa*, thk. Dr. Ramzî Munîr Ba'lebekî, (Beirut: Dâru'l-İlm Li'l-Melâyin, 1987), 2/854; Râğîb el-İsfehânî, Ebu'l-Kâsım Huseyn b. Muhammed b. el-Mufaddal er-Râğîb el-İsfehânî, *el-Müfredât Fî Garîbi'l-Kur'ân*, thk. Muhammed Seyyid Keylânî, (Beirut: Dâru'l-Ma'rife, ts.), 239; İbn-i Manzûr, Ebu'l-Fadl Cemâlüddîn Muhammed b. Mukerram b. Alî b. Ahmed el-Ensârî er-Ruveyfî, *Lisânu'l-Arab*, (Bulak/Mısır: el-Matbaatu'l-Kübra'l-Mîriyye, h.1300), 12/327.

<sup>6</sup> Şemseddin Sami, *Kâmûs-i Türkî*, (Dersaadet: İkdâm Matbaası, h. 1317), 1345; TDK. Büyük Türkçe Sözlük (2018), 12 Haziran 2018 tarihinde [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&kelime=MESLEK](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=MESLEK) adresinden alındı.

<sup>7</sup> Ayişe Karadağ, “Meslek Olarak Hemşirelik”, *Atatürk Üniv. Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 2 (2002), 5/1.

<sup>8</sup> Memet Zencirkeran; Şuayyip Çalış vd., *Çalışma Sosyolojisi*, (Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yay.), 2012, 212-213.

<sup>9</sup> Halil b. Ahmed, *Kitâbu'l-Ayn*, 3/30, 4/171; İbn-i Manzûr, *Lisânu'l-Arab*, 10/77,388-389, 13/502; Mücemma'u'l-Lügati'l-Arabiyye, *el-Mu'cemü'l-Vasît*, (Kahire: Mektebetü's-Şurûki'd-Devliyye, 2004), 890.

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

اقتِرَاش, اجْتِرَاح, جَزَح ve اِقْتِرَاف” sözcükleriyle ifade edilmektedir.<sup>10</sup> Bu kelimeler her ne kadar temelde birleşiyorlarsa da aralarında bir takım farklılıklar vardır. Ayrıca Arapça’da bir masdar kalıbı olan “فَاعِلٌ فَعَالٌ فَعِيلٌ”, ism-i mensûb sığıması, “فَاعِلٌ فَعَالٌ فَعِيلٌ” ve mübalağa ifade eden vezinler de kıyâsî ve gayr-i kıyâsî olarak “meslek, meslek sahibi” manalarını ifade etmek için kullanılmaktadır.<sup>11</sup>

## B. MESLEK SAHİBİ OLMANIN ve ÇALIŞMANIN EHEMMİYETİ

Meslek sahibi olmak hem sosyal hem de dinî yönden büyük bir öneme sahiptir.

### 1. Meslek Sahibi Olmanın Sosyal Yönden Önemi

Meslek, yaşamı sürdürme ve maişet temin etme aracı olmasının yanı sıra aynı zamanda bireyin toplum içerisinde kendini ispat etme vesilelerinden biridir. İnsanlar, makamları, maddî imkanları, ilmî birikimleri gibi birçok etkenin yanı sıra sahip oldukları meslekler vasıtasıyla da konum ve saygınlık kazanmaktadırlar. Dolayısıyla o, bir çeşit bireyleri tanımlama vasıtası olarak da görülebilir.<sup>12</sup>

Meslek, bireyin bedensel ve zihinsel gelişimini etkiler, ahlak ve davranışlarını biçimlendirir.<sup>13</sup> İslam tarihinde bu noktaya işaret eden şu kıssa pek manidardır: Humeydî (ö. 219/834) anlatıyor: İmam Şâfiî (ö. 204/820) ve Muhammed b. el-Hasen eş-Şeybânî (ö. 189/805) ile birlikteydim. Onlar gelen geçen insanlar hakkında teferrüste<sup>14</sup> bulunuyorlardı. Bu sırada yanımdan bir adam geçti. Muhammed b. el-Hasen, Şâfiî’ye: “Bu adamın mesleği hakkında teferrüste bulun!” dedi. Bunun üzerine Şâfiî: “Onun durumu beni şüpheye soktu. Bu adam ya marangozdu ya da terzi.” diye cevap verdi. Ben bu tespitin doğruluğunu tahkik etmek için adamın yanına vardım ve ona: “Mesleğin nedir?” diye sordum. Adam: “Önceleri marangoz idim. Şimdi ise terziyim.” cevabını verdi.<sup>15</sup>

Toplumsal yapının kurucu unsuru olan meslekler, bireyler arasında iş bölümünün teşekkül etmesine ve istikrarın sağlanmasına büyük katkı sağlar. Sahip oldukları meslekler ve bunlardan sağladıkları gelir, bireylerin özel yaşamlarını, sosyal hayatlarını ve aile huzurlarını ciddi şekilde etkilemektedir. Bireyler arasında genellikle yaşam boyu devam eden meslekî faaliyetler etrafında geniş bir toplumsal ilişkiler ağı oluşmaktadır. Bu açıdan meslek, kişinin belli bir toplumsal çevre edinmesi açısından önemlidir.<sup>16</sup> Hulasa; bireyin, başta toplumsal statü olmak üzere, çeşitli ihtiyaçlarını karşılaması, belirli bir yaşam tarzına ve standardına kavuşması, hatta huzuru, uygun bir meslek edinmesine bağlıdır, demek mümkündür.

<sup>10</sup> Halîl b. Ahmed, *Kitâbu'l-Ayn*, 2/249,267, 3/380; Ezherî, Ebû Mansûr Muhammed b. Ahmed b. Ezher el-Ezherî el-Herevî, *Tehzîbü'l-Luğa*, thk. Abdullâh Derdîş, Muhammed Ali en-Neccâr, (Kahire: ed-Dâru'l-Mısriyye, ts.), 2/16; Taberî, Ebû Ca'fer Muhammed b. Cerîr b. Yezîd el-Âmulî et-Taberî el-Bağdâdî, *Câmiu'l-Beyân An Te'vili Âyi'l-Kur'ân*, thk. Abdullâh b. Abdulmuhsin et-Türkî, (Kahire: Dâru'l-Hicr, 2001), 8/99; Firûzâbâdî, Ebu't-Tâhir Mecdüddîn Muhammed b. Ya'kûb b. Muhammed el-Firûzâbâdî, *el-Kâmûsu'l-Muhît*, thk. Muhammed Nuaym el-Arkasûsî, (Beyrut: Müessesetu'r-Risâle, 2005), 130.

<sup>11</sup> Sibeveyh, Ebû Bişr Amr b. Osmân, *el-Kitâb*, thk. Abdusselâm Muhammed Hârûn, (Kahire: Mektebetü'l-Hâncî, 1982), 4/11; Eymen Emîn Abdülğani, *el-Mevsûatü's-Şâmîle Fi'n-Nahv Ve's-Sarf*, (Beyrut: Dâru'l-Kütubi'l-İlmiyye, 2012), 3/244; İbn-i Mâlik, Ebû Abdillâh Muhammed b. Abdillâh, *Elfiyyetü'bni Mâlik Fi'n-Nahv Ve's-Sarf*, (Mekke: Dâru't-Teâvun, ts.), 71.

<sup>12</sup> Yıldız Kuzgun, *Meslek Gelişimi ve Danışmanlığı*, (Ankara: Nobel Yay.), 2009, 1; Memet Zencirkıran, *Çalışma Sosyolojisi*, 212.

<sup>13</sup> Süleyman İlhan, “Yeni Kapitalizm ve Meslek Olgusunun Değişen Anlamları Üzerine”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Ağustos 2008, (21), 313-328, 314.

<sup>14</sup> Kişilerin zahirî hususiyetlerinden hareketle gizli kalan noktaları tespit etme fikri beyan etmek firâset/basiretle, keskin bir bakışla bir şeyi kestirmek.

<sup>15</sup> Ebû Nuaym el-İsfahânî, Ebû Nuaym Ahmed b. Abdillâh b. İshâk el-İsfahânî (el-Esfahânî), *Hilyetu'l-Evliyâ Ve Tabakâtu'l-Asfiyâ*, (Beyrut: Dâru'l-Kutubi'l-İlmiyye, 1988), 9/139.

<sup>16</sup> Süleyman İlhan, “Yeni Kapitalizm ve Meslek Olgusunun Değişen Anlamları Üzerine”, 132, 314; Memet Zencirkıran, *Çalışma Sosyolojisi*, 214; Süleyman İlhan, “Bazı Temel İşlevleri ve Artan Önemi Açısından Meslek”, *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları*, (2004), 132-137, 132.

## 2. Meslek Sahibi Olmanın Dinî Yönden Önemi

Tarih boyunca her kültür ve din, maîset temini için çalışmaya ve meslek sahibi olmaya önem vermiş, bu alanı düzenleyen hukukî ve ahlakî kurallar belirlemiştir. Ancak hiçbirinin meseleye bakışı ve onu ele alış tarzı, İslam'ınki kadar teferruatlı ve kuşatıcı değildir. Esas konumuza katkı sağlaması adına İslam'ın çalışmaya ve meslek sahibi olmaya verdiği önemi özetle arzetmek istiyoruz.

İslam dini, ahireti öncelemiştir, ancak dünyadan tamamen el etek çekmeyi de asla kabul etmemiştir. İslamî naslar, hiç ölmeyecekmiş gibi dünyaya çalışan ve yarın ölecekmiş gibi dünyaya dalmaktan sakınarak ahirete yönelik işler yapan,<sup>17</sup> dünya ahiret dengesini ikame ederek birini diğeri için feda etmeyen bir mü'min profili ortaya koyar. Yeryüzünde tevhit ve adaletin tesisi, Müslümanların ekonomik, siyasî, askerî vd. her alanda güçlü olmasına bağlıdır. Ayrıca İslam, dünya hayatını, sonsuz ahiret hayatına geçiş için vazgeçilmez bir kazanç yurdu olarak görür. Bu nedenle o, Hıristiyanlığın aksine ruhbanlığı tasvip etmemiştir. Nitekim Hz. Peygamber, hanesine gelen üç sahabînin hiç uyumamak, evlenmemek ve her gün oruç tutmak yönündeki azimlerini işitince derhal ashabını uyarmış, bizzat kendisinin dünya ahiret dengesini gözetmek suretiyle orta yolu tuttuğunu, bu yoldan ayrılanların, sünnetinden de ayrılacağını haber vermiştir.<sup>18</sup>

Kur'an'da, gündüzlerin geçim temini için çalışmak, gecelerin ise dinlenmek üzere tayin edildiği ifade edilmektedir.<sup>19</sup> Müzzemmil Suresinde, Hz. Peygamber'e gece ibadeti emredilmiş, gündüz ise uzun bir meşguliyetin kendisini beklediği haber verilmiştir.<sup>20</sup> Nitekim o, geceyi ibadetle, gündüzü ise peygamberlik vazifeleri, talim, tebliğ ve maîset teminine dair işlerle geçirmiştir.<sup>21</sup>

İnsan, yeryüzünün imarıyla memurdur. Yeryüzünde halife olmanın gereklerinden biri de budur<sup>22</sup> ve ancak çalışmakla mümkündür. İnsanın ihtiyaçlarını bilen Allah, bunları temin için yeryüzünü ona musahhar kılmış, onun ve diğer canlıların rızkını takdir etmiştir. Yeryüzü her ihtiyacı temin için türlü nimetlerle donatıldıktan sonra ondan nasıl istifade edeceği de insana öğretilmiştir.<sup>23</sup> Buna göre insan, sahip olduğu aklî meziyetlerini, ruhî ve bedensel kabiliyetlerini kullanarak yeryüzündeki vazifesini ifa için çalışmalıdır.

Fahreddîn e-Râzî (ö. 606/1210), “وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعَايِشَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ” (Andolsun, size yeryüzünde imkân ve iktidar verdik. Sizin için orada birçok geçim vasıtaları da yarattık. Ama siz ne kadar az şükrediyorsunuz!)<sup>24</sup> ayetinde geçen “معاش/geçim vasıtaları”

<sup>17</sup> Beyhakî, Ebû Bekr Ahmed b. el-Huseyn b. Ali, *es-Sünenü'l-Kübrâ*, thk. Muhammed Abdulkâdir Atâ, (Beyrut: Dâru'l-Kütübî'l-İlmiyye, 2003), “Salât”, 438 (No: 4744).

<sup>18</sup> Buhârî, Ebû Abdillâh Muhammed b. İsmâîl, *el-Câmiu's-Sahîh*, thk. Muhibbu'd-Dîn el-Hatîb, Muhammed Fuâd Abdül-Bâkî, Kusayy Muhibbu'd-Dîn el-Hatîb, (Kahire: el-Matbaatu's-Selefiyye, h.1400), “Nikâh”, 1 (No: 5063); Müslim, Ebu'l-Huseyn Müslim b. el-Haccâc el-Kuşeyrî, *Sahîhu Müslim*, thk. Ebû Kuteybe, (Riyâd: Dâru Taybe, 2006), “Nikâh”, 1 (1401).

<sup>19</sup> el-İsrâ, 17/12; el-Kasas, 28/73; er-Rûm, 30/23; en-Nebe', 78/10-11.

<sup>20</sup> el-Müzzemmil, 73/1-7.

<sup>21</sup> Taberânî, Süleyman b. Ahmed b. Eyyûb, *et-Tefsîru'l-Kebîr Tefsîru'l-Kur'âni'l-Azîm*, thk. Hişâm b. Abdilkerîm, (Ürdün: Dâru'l-Kitâbi's-Sekâfi, 2008), 6/374.

<sup>22</sup> Beydâvî, Nâsiruddîn Ebû Saîd (Ebû Muhammed) Abdullâh b. Ömer b. Muhammed el-Beydâvî, *Envâru't-Tenzil Ve Esrâru't-Te'vil*, (Lübnan: Dâru İhyâi't-Türâsi'l-Arabî, h. 1418), 1/68; Enver Ahmed Hân el-Bağdâdî, *el-Hiraf Ve's-Sinâât Fi'l-Kur'âni'l-Kerîm*, (Beyrut: Dâru'l-Kütübî'l-İlmiyye, 2013), 43.

<sup>23</sup> el-Bakara, 2/29,30; Hûd, 11/61; Tâ-hâ, 20/50; Fussilet, 41/10.

<sup>24</sup> el-A'râf, 7/10.

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

ifadesinden maksadın, insanların elde ettikleri çeşitli menfaatler olduğunu söyler ve bunları iki kısma ayırır:

- Meyve gibi direk Allah'ın yaratması ile oluşanlar.
- İnsanın çalışıp çabalaması ile meydana gelenler.

Hakikatte her iki kısım menfaat de Allah'ın lütfu ve muktedir kılması ile ortaya çıkar. Dolayısıyla hepsi Allah'tan bir nimet olur.<sup>25</sup> Öyleyse insan, bu nimetlere şükretmek ve kendisi için taksim edilen rızıkı kazanmak için çalışmalıdır. Çünkü insan için ancak çalıştığı vardır.<sup>26</sup> Çalışmaksızın ve haksız yollara başvurularak elde edilen kazanç, İslam nazarında muteber değildir. Bu sebeple kumar, rüşvet, faiz gibi emek sarfetmeden kazanılan gelir haram kabul edilmiş, inananlar bu tür faaliyetlerden sakındırılmıştır. Hz. Peygamber'den nakledilen: “Şüphesiz kişinin yediğinin en helali kendi (meşru) kazancından (olanı)dır.”<sup>27</sup>, “Kazancın en hayırlısı, ihlaslı (samimi) olduğu zaman çalışan kimsenin elinin kazancıdır.”<sup>28</sup>, “Bir kimse helalden bir mal kazanır da kendine ve kendinden başka Allah'ın mahlukatına yedirir veya giydirirse mutlaka bununla onun için bir zekat (sevabı) vardır.”<sup>29</sup>, “Muhakkak ki Allah meslek sahibi (rızıkını çalışarak kazanan) mü'mini sever.”<sup>30</sup> ifadelerinde de çalışmanın, meslek sahibi olmanın, helal kazancın önemi vurgulanmaktadır.

Cumartesi Yahudilikte, Pazar günü ise Hıristiyanlıkta ibadete has kılınan ve çalışılması yasak olan günler kabul edilirken,<sup>31</sup> İslam'da Müslümanların ibadet için bir araya geldiği ve haftalık bayram günü olan Cuma günü çalışmak yasaklanmamış, namazın ardından iş hayatına dönülmesi mubah kılınmıştır.<sup>32</sup> Yine hacıların hac günlerinde, mücahitlerin ise cihat zamanında esas maksattan alıkoymadığı sürece ticaret yapmalarına izin verilmiştir.<sup>33</sup> Nitekim Bakara Suresinde hacla ilgili ayetlerde “*أَنْ تَتَّبِعُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ*”/Rabbimizin lütfu ve keremini istemekte<sup>34</sup> ifadesinden maksat, müfessirlerin ittifakıyla “ticaret”tir.<sup>35</sup> Yine Hac Suresinde geçen, “*مَنَافِعَ لَهُمْ*”<sup>36</sup> ifadesini Mücâhid (ö.

<sup>25</sup> Fahrüddin er-Râzî, Ebû Abdillâh (Ebu'l-Fadl) Fahrüddin Muhammed b. Ömer b. Hüseyin er-Râzî et-Taberistânî, *Mefâtihu'l-Ğayb*, (Beyrut: Dâru'l-Fikr, 1981), 14/31.

<sup>26</sup> en-Necm, 53/39.

<sup>27</sup> İbn-i Mâce, Ebû Abdillâh Muhammed el-Kazvîni, *Sünen*, thk. Muhammed Nâsîru'd-Dîn el-Elbânî, (Riyâd: Mektebetu'l-Meârif, ts.), “Ticârât”, 1 (No: 2137).

<sup>28</sup> Ahmed b. Hanbel, Ebû Abdillâh Ahmed b. Muhammed b. Hanbel eş-Şeybânî el-Mervezî, *el-Müsned*, thk. Şuayb el-Arnaût, Âdil Murşid, (Beyrut: Müessesetü'r-Risâle, 1997), 14/136 (No: 8412).

<sup>29</sup> İbn-i Hibbân, Ebû Hâtîm Muhammed b. Hibbân b. Ahmed el-Büstî, *Sahih İbn-i Hibbân Bi-Tertibi İbn-i Belbân*, thk. Şuayb el-Arnaût, (Beyrut: Müessesetü'r-Risâle, 1993), “Radâ”, 1 (No: 4236).

<sup>30</sup> Taberânî, Süleyman b. Ahmed b. Eyyûb, *el-Mu'cemu'l-Evsat*, thk. Ebû Muâz, Ebu'l-Fadl, (Kahire: Dâru'l-Harameyn, 1995), 8/380 (No: 8934).

Heysemî: “Senedinde Âsım b. Ubeydillâh vardır. O zayıftır.” demektedir. [Heysemî, Ebu'l-Hasen Nûruddîn Ali b. Ebî Bekr b. Süleymân el-Heysemî, *Mecma'u'z-Zevâid Ve Menba'u'l-Fevâid*, thk. Muhammed Abdu'l-Kâdir Ahmed Atâ, (Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 2001), “Buyû”, 4, 4/71 (No: 6231).]

<sup>31</sup> Kürşat Demirci, “Hafta Tatili”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, (Ankara: TDV Yayınları, 1997), 15/129.

<sup>32</sup> el-Cumua', 62/10.

<sup>33</sup> İbn-i Mâce, *Sünen*, “Cihâd”, 23 (No: 2823); Ebû Dâvûd, Süleymân b. Eş'as es-Sicistânî, *es-Sünen*, thk. Muhammed Nâsîru'd-Dîn el-Elbânî, (Riyad: Mektebetu'l-Meârif, ts.), “Cihâd”, 180 (No: 2785).

<sup>34</sup> el-Bakara, 2/198.

<sup>35</sup> Zuhaylî, Vehbe ez-Zuhaylî, *et-Tefsîru'l-Münîr Fi'l-Akîde Ve's-Şerîa Ve'l-Menhec*, (Dimeşk: Dâru'l-Fikr, 2009), 9/217.

<sup>36</sup> el-Hac, 22/28.

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

103/721), “ahirette ecir, dünyada ticaret ve çarşı pazarlar” şeklinde tevîl etmiştir.<sup>37</sup> Buna göre İslam, çalışmayı ve meslekî faaliyetleri belirli günlere has kılmayarak bir bakıma insanlığın önünü açmış, ihtiyaçlarını temin etmenin yollarını kolaylaştırmıştır.

İslam, tembelliği yasaklamıştır. Hz. Peygamber, dualarında sürekli tembellikten Allah’a sığınmıştır.<sup>38</sup> Emek sarf etmeden ve risk almadan kolay yoldan para kazanmayı sağlayan faiz ise, toplum düzenine zarar verdiği, emekçilerin kanını emen bir sömürü sistemi olduğu için haram kılınmıştır.<sup>39</sup> İslam, dilenmekten de nehyeder. Hz. Peygamber bir hadislerinde şöyle buyurmuştur: “Yemin olsun ki birinizin (ipini alıp da dağdan) sırtına bir bağ odun kesip yüklenmesi, kendisine verecek ya da kendisine vermeyecek olan herhangi bir kişiden istemesinden (dilenmesinden) daha hayırlıdır.”<sup>40</sup> Çünkü “mü’minin izzeti, insanlara ihtiyaç arzetmeden”<sup>41</sup> kendi ayakları üzerinde durarak onurlu bir yaşam sürmektedir.

Peygamberler ve salih kullar sebeplere sarılmış, rızık temini için meslekler edinmişlerdir. Allah, sebepler bulunmadan da yardım etmeye ve muzaffer kılmaya kadir olduğu halde mü’minlere; “Onlara (kafirlere) karşı gücünüz yettiği kadar kuvvet ve savaş atları hazırlayın.”<sup>42</sup> buyurarak cihada hazırlık yapmalarını emretmiştir. Asayı vurmaya gerek bırakmadan denizi yarmaya ve selamet sahiline çıkarmaya kadir iken Hz. Mûsâ’ya: “Asanla denize vur.”<sup>43</sup> buyurmuştur. Sallamaya muhtaç etmeden kütükten hurmaları düşürmeye kadir iken Hz. Meryem’e: “Hurma kütüğünü kendine doğru silkele ki üzerine taze hurma dökülüversin.”<sup>44</sup> buyurmuştur.<sup>45</sup> Yine gemi olmadan da mü’minleri tufandan kurtarabilecekken Hz. Nûh’a: “Gözetimimiz altında ve vahyimize göre gemiyi yap.”<sup>46</sup> buyurmuştur.

Hz. Peygamber’in: “Birinizin elinde bir hurma fidanı olduğu halde başına kıyamet kopacak olsa dahi onu diksin.”<sup>47</sup> buyruğu, mü’minin son ana kadar dünyayı imara gayret etmesinin gerekliliğini ifade etmenin yanı sıra, İslam’ın çalışma felsefesinin bencillikten arınmış, muayyen bir zamana tahsis edilmemiş, toplumun tamamını kuşatan bir anlayış üzerine kaim olduğunu göstermektedir.

### C. KUR’AN’DA MESLEK TASAVVURU ve ZİKREDİLEN MESLEKLER

Fransız yazar Doktor Maurice Bucaille (ö. 1998), “Kur’ân’la ilk defa karşılaşan bir kimseyi şaşırta şey, içerdiği konuların zenginlik ve çeşitliliğidir. Nitekim onda, yaratılış, uzay, yeryüzü, hayvanlar, bitkiler, insanlığın çoğalmasa gibi birçok muhtelif konu yer almaktadır.”<sup>48</sup> diyerek

<sup>37</sup> Mücâhid, Ebu’l-Haccâc Mücâhid b. Cebr el-Mekkî el-Mahzûmî, *Tefsîru’l-İmâm Mücâhid b. Cebr*, thk. Muhammed Abdusselâm, (Kahire: Dâru’l-Fikr, 1989), 479.

<sup>38</sup> Buhârî, “Deavât”, 39, (No: 6368); Müslim, “Zikr-Dua-Tevbe-İstiğfâr”, 18, (2722).

<sup>39</sup> Zuhaylî, *et-Tefsîru’l-Münîr*, 2/107.

<sup>40</sup> Buhârî, “Buyû’”, 15, (No: 2074).

<sup>41</sup> Taberânî, *el-Mu’cemu’l-Evsat*, 4/306, (No: 4278).

<sup>42</sup> el-Enfâl, 8/60.

<sup>43</sup> eş-Şuarâ, 26/63.

<sup>44</sup> Meryem, 19/25.

<sup>45</sup> Kurtubî, Ebû Abdillâh Muhammed b. Ahmed b. Ebî Bekr b. Ferh el-Ensârî el-Kurtubî, *el-Câmiu Li-Ahkâmî’l-Kur’ân*, thk. Şeyh Hişâm Semîr el-Buhârî, (Riyad: Dâru Âlemi’l-Kütüb, 2003), 13/15.

<sup>46</sup> Hûd, 11/37.

<sup>47</sup> Ahmed b. Hanbel, *el-Müsned*, 20/251, (No: 12902).

<sup>48</sup> Maurice Bucaille, *et-Tevrât Ve’l-İncîl Ve’l-Kur’ân Ve’l-İlm*, trc. Eş-Şeyh Hasen Hâlid, (Beyrut: el-Mektebu’l-İslâmî, 1990), 149.

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

Kur'an'daki muhteva zenginliğine dikkat çekmiştir. Bu zenginlik içerisinde yer alan konulardan biri de mesleklerdir.

Suyûtî (ö. 911/1505) İtkân'ında, İbnu'l-Fadl el-Mursî'nin Tefsîr'inden nakille, Kur'an'da bazı mesleklerin var olduğunu ifade etmiş ve bunları birer delille zikretmiştir.<sup>49</sup> Bunlara ek olarak biz, mana ve vezinlerden yola çıkarak, parçaları birleştirerek, mahsul ve sanatın sosyal hayattaki karşılıklarını bularak Kur'an'da, doğrudan ya da dolaylı olarak atıf yapılan birçok meslek dalı bulunduğunu tespit ettik. Bunlardan en bariz olanları ise; tarım,<sup>50</sup> avcılık,<sup>51</sup> hayvancılık/çobanlık,<sup>52</sup> dokumacılık/tekstil,<sup>53</sup> demircilik,<sup>54</sup> inşaatçılık,<sup>55</sup> marangozluk,<sup>56</sup> dökümcülük/kuyumculuk,<sup>57</sup> denizcilik,<sup>58</sup> ticaret<sup>59</sup> ve işçiliktir.<sup>60</sup>

Kur'an'da geçen: "Hayvanları da yarattı. Onlarda sizin için bir ısınma ve birçok faydalar vardır. Hem de onlardan yersiniz."<sup>61</sup> "Hayvanların derilerinden gerek göç gününüzde, gerek ikamet gününüzde kolayca taşıyacağınız evler; onların yünlerinden, yapağılarından ve kıllarından bir süreye kadar yararlanacağınız ev eşyası ve geçimlikler meydana getirdi."<sup>62</sup> gibi ayetler, hayvansal servetin dericilik, yüncülük, tekstil vb. çeşitli meslek ve sanat yollarıyla işlenip kullanılmasına işaret etmektedir.

Ayetlerde tarım/ziraat/çiftçiliğe çok defa işaret edilmiştir. Mesela "لِيَأْكُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ وَمَا عَمِلَتْهُ" "لِيَأْكُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ وَمَا عَمِلَتْهُ" ayetinde<sup>63</sup> "مَا" mevsûle kabul edilirse mana; "kendi ellerinin yaptıklarından, ürettiklerinden", masdariyye kabul edilirse; "ellerinin amelinden, üretmesinden" ve nâfiye kabul edilirse; "kendi ellerinin yapmadığı, üretmediği" şeklinde olur.<sup>64</sup> Bu durumda ayet, biri insan emeğine gerek kalmayan, diğeri insan emeğine ihtiyaç duyan iki tür duruma delalet etmektedir. Yine muhtelif ayetlerde zikredilen: "تَزْرَعُونَ"<sup>65</sup>, "تَحْرُثُونَ"<sup>66</sup>, "الْكُفَّارَ"<sup>67</sup> ve "الرُّزَّاعَ"<sup>68</sup> ifadeleri, insanın çaba ve

<sup>49</sup> Suyûtî, Ebu'l-Fadl Celâluddîn Abdurrahmân b. Ebi Bekr b. Muhammed el-Hudayrî, *el-İtkân Fî Ulûmi'l-Kur'ân*, thk. Merkezü'd-Dirâsâti'l-Kur'âniyye, (Suud: Mucemma'u'l-Melik Fehd, ts.), 5/1915-1917.

<sup>50</sup> el-Bakara, 2/71; Yûsuf, 12/47; er-Rûm, 30/9; el-Feth, 48/29; el-Vâkıa, 56/63,64; el-Hadîd, 57/20; el-Kalem, 68/17 vd.

<sup>51</sup> el-Mâide, 5/1,2,4,94,95,96.

<sup>52</sup> en-Nahl, 16/6,10; Tâ-hâ, 20/17,18,53,54; el-Enbiyâ, 21/78; el-Kasas, 28/23; el-Kamer, 54/31; vd.

<sup>53</sup> el-En'âm, 6/141,142; en-Nahl, 16/5,80; el-Kehf, 18/31; el-Hac, 22/23; el-Ankebût, 29/41; el-Fâtur, 35/33; ed-Duhân, 44/51-53; ez-Zâriyât, 51/7; er-Rahmân, 55/76; Nûh, 71/19; el-İnsân, 76/21; el-Gâşiye, 88/10-16.

<sup>54</sup> Yûsuf, 12/31; İbrâhîm, 14/49; el-Kehf, 18/96; el-Enbiyâ, 21/80; el-Hac, 22/21; es-Sebe', 34/10-13,33; es-Sâd, 38/38; el-Mü'min, 40/71; el-Hadîd, 57/25; el-Hâkka, 69/31-33; el-İnsân, 76/4; vd.

<sup>55</sup> el-Bakara, 2/127,259; Âl-i İmrân, 3/38,39,96,97; en-Nisâ, 4/78; el-A'râf, 7/74,137; et-Tevbe, 9/17,18,108,109,110; en-Nahl, 16/26; el-Kehf, 18/21,77; el-Enbiyâ, 21/32; el-Hac, 22/40,45; en-Nûr, 24/27,36; eş-Şuarâ, 26/127-130; en-Neml, 27/44; el-Ahzâb, 33/26; es-Sâffât, 37/97; es-Sâd, 38/21,37; ez-Zümer, 39/20; el-Mü'min, 40/36; ez-Zuhruf, 43/33; el-Kâf, 50/6; el-Haşr, 59/2,14; es-Saf, 61/4; en-Nebe', 78/12; eş-Şems, 91/5; vd.

<sup>56</sup> el-Bakara, 2/248; Hüd, 11/37,38; el-Hicr, 15/47; el-Kehf, 18/31; Tâ-hâ, 20/39; el-Mu'minûn, 23/27; es-Sâffât, 37/44; es-Sâd, 38/34; ez-Zuhruf, 43/34; et-Tûr, 52/20; el-Kamer, 54/13-15; er-Rahmân, 55/24; el-Vâkıa, 56/15; el-Gâşiye, 88/13; vd.

<sup>57</sup> Âl-i İmrân, 3/14,75; en-Nisâ, 4/20; el-A'râf, 7/148; Yûsuf, 12/20,70-72; er-Ra'd, 13/17; el-Kehf, 18/31; Tâ-hâ, 20/87,88; ez-Zuhruf, 43/18,33,53,71; el-Vâkıa, 56/18; el-İnsân, 76/15,16,21; vd.

<sup>58</sup> el-Bakara, 2/164; en-Nahl, 16/14; ; el-İsrâ, 17/66,70; el-Kehf, 18/79; el-Mu'minûn, 23/22; er-Rûm, 30/46; el-Fâtur, 35/12; Yâ-sîn, 36/41-42; el-Mu'min, 40/80; ez-Zuhruf, 43/12; el-Câsiye, 45/12; vd.

<sup>59</sup> el-Bakara, 2/198,282; en-Nisâ, 4/29; et-Tevbe, 9/24; Yûsuf, 12/19-20; el-Kehf, 18/19; en-Nûr, 24/37; el-Furkân, 25/7,20; el-Cumua', 62/11; vd.

<sup>60</sup> el-Kasas, 28/25-28; es-Sebe', 34/12.

<sup>61</sup> en-Nahl, 16/5.

<sup>62</sup> en-Nahl, 16/80.

<sup>63</sup> Yâ-sîn, 36/35.

<sup>64</sup> Taberî, *Câmiu'l-Beyân An Te'vili Âyi'l-Kur'ân*, 19/432-433.

<sup>65</sup> Yûsuf, 12/47; el-Vâkıa, 56/64.

<sup>66</sup> el-Vâkıa, 56/64.

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

gayretiyle meydana gelen tarımsal faaliyetlere işaret etmektedir. Bir görüşe göre Fetih Suresi son ayette geçen “الزُّرَّاعُ” kelimesi, ekinin zayıflığından sonra kuvvet bulmasıyla sevinen “bitkiyi ekenler”, “الْكُفَّارُ” ise bu duruma öfke duyan diğer çiftçilerdir. Nitekim “كفر” kelimesi lügatte “örtmek” manasına gelir. Tohumu toprakla örttüğü için çiftçiye, hakkı batılla örttüğü için ise inkarcıya “كافر” denir.<sup>69</sup>

Kur’an; “O, taze et yemeniz ve takınacağınız süs eşyası çıkarmanız için denizi sizin hizmetinize verendir. Gemilerin orada suyu yara yara gittiğini görürsün. (Bir de Allah bunları yaptı ki) onun lütfundan nasip arayasınız ve şükredesiniz.”<sup>70</sup> ayetiyle denizciliğe, “Kendisinde müthiş bir güç ve insanlar için birçok faydalar bulunan demiri indirdik.”<sup>71</sup> buyruğunda ise demirciliğe atıfta bulunmaktadır. Kehf Suresinde anlatılan Zülkarneyn kıssasında bir bakıma madencilik ve dökümcülüğe göndermeler yapılmıştır.

Kur’ân’da, meslekî bilginin bizatihi Allah tarafından öğretildiği ifade edilmektedir. Örneğin O, Hz. Nûh’a: “Gözetimimiz altında ve vahyimize göre gemiyi yap.”<sup>72</sup> buyurarak tufandan kurtulmaları için gemi yapmayı emretmiş ve gerekli ilmi bizzat talim etmiştir. İbn-i Âşûr (ö. 1973), ilk gemi yapanın Hz. Nûh olduğunu ifade etmektedir.<sup>73</sup> Şa’râvî (ö. 1418/1998) ise, “şayet Hz. Nûh, kavminin bilmediği bir şey yapmış olmasaydı kavmi onunla alay etmezdi” demektedir.<sup>74</sup> Yine “Bir de Dâvûd’a, sizin için, zırh yapma sanatını öğrettik ki, savaşlarınızda sizi korusun.”<sup>75</sup> ayetinde zırh yapma sanatının Hz. Dâvûd’a bizzat Allah tarafından öğretildiği haber verilmektedir.

Sâd Suresi 37. ayette: “Bina ustası olan ve dalgıçlık yapan her bir şeytanı (da Süleymân’ın emrine verdik.)”<sup>76</sup> buyrulmaktadır. Söz konusu ayette geçen “بِنَاءٌ” ve “غَوَّاصٌ” kelimeleri, inşaat ustalığı ve dalgıçlık mesleklerini ifade etmektedir.<sup>77</sup> Bu ayetin tefsirinde Mukâtil (ö. 150/767), denizden ilk defa inciyi çıkarttırmanın Hz. Süleymân olduğunu söylemiştir.<sup>78</sup> İbn-i Âşûr ise, Hz. Süleymân döneminde muhtelif meslek ve sanatların ortaya çıktığı ve her birinin en üst seviyede icra edildiği görüşündedir.<sup>79</sup>

<sup>67</sup> el-Hadîd, 57/20.

<sup>68</sup> el-Feth, 48/29.

<sup>69</sup> Mâtürîdî, Ebû Mansûr Muhammed b. Muhammed b. Mahmûd el-Mâtürîdî es-Semerkandî, *Te’vilâtu Ehli’s-Sünne*, thk. Dr. Mecdî Bâsellûm, (Beyrut: Dâru’l-Kütübî’l-İlmiyye, 2005), 9/320; Ebu’l-Leys es-Semerkandî, Ebu’l-Leys İmâmü’l-Hüdâ Nasr b. Muhammed b. Ahmed b. İbrâhîm es-Semerkandî, *Tefsîru’s-Semerkandî -Bahru’l-Ulûm-*, thk. Ali Muhammed Muavvid vd., (Beyrut: Dâru’l-Kütübî’l-İlmiyye, 1993), 3/328.

<sup>70</sup> en-Nahl, 16/14.

<sup>71</sup> el-Hadîd, 57/25.

<sup>72</sup> Hûd, 11/36-37.

<sup>73</sup> İbn-i Âşûr, Muhammed et-Tâhir b. Muhammed b. Muhammed et-Tâhir et-Tûnisî, *et-Tahrîr Ve’t-Tenvîr*, (Tunus: ed-Dâru’t-Tûnisiyye Li’n-Neşr, 1984), 12/66.

<sup>74</sup> Şa’râvî, Muhammed Mütevellî eş-Şa’râvî, *Tefsîru’s-Şa’râvî*, (Kahire: Metâbi’ Ahbâri’l-Yevm, ts.), 13/7848.

<sup>75</sup> el-Enbiyâ, 21/80.

<sup>76</sup> Sâd, 38/37.

<sup>77</sup> İbn-i Âşûr, *et-Tahrîr Ve’t-Tenvîr*, 23/266.

<sup>78</sup> Mukâtil b. Süleymân, Ebu’l-Hasen Mukâtil b. Süleymân b. Beşîr el-Ezdî el-Belhî, *Tefsîru Mukâtil b. Süleymân*, thk. Abdullâh Mahmûd Şehhâte, (Beyrut: Müessesetü’t-Târîhi’l-Arabî, 2002), 3/89.

<sup>79</sup> İbn-i Âşûr, *et-Tahrîr Ve’t-Tenvîr*, 23/266.



... Gazzâlî (ö. 505/1111), Allah'ın bir damla sudan yarattığı insana şaşılacak işleri, garip meslekleri öğrettiğine dikkat çeker ve; “Şayet Allah, basit bir makasın yapımını, ihsanıyla bizden öncekilere öğretmeseydi, önce böyle bir şeyi imal etmeyi düşünmek, ardından demiri taştan çıkartmak ve makas yapacak aletleri üretmek gibi birçok şeyi yapmak zorunda kalırdık ki bu, Hz. Nûh'un ki kadar bir ömre ve çok üstün bir akla sahip olmayı gerektirirdi.” der. Onun bu ifadeleri, Zebîdî'nin de (ö. 1205/1791) vurguladığı gibi meslek ve kazanç yollarını asıl itibarıyla peygamberlerin, Mele-i Âlâ'dan işitmekle ya da ilham yoluyla aldıkları vahiyyle elde ettiklerini ortaya koymaktadır.<sup>80</sup>

“Kâr elde etmek için mal alıp satan tacirin mesleği, sanatı”<sup>81</sup> manasına gelen “تِجَارَةٌ” kelimesi, Kur'an'da birçok ayette geçmektedir.<sup>82</sup> “Dediler ki: ‘Bu ne biçim peygamber ki yemek yiyor, çarşıda pazarda dolaşiyor.’”<sup>83</sup> ayeti, Hz. Peygamber'in ticaretle uğraştığına işaret etmektedir. Ayrıca “Senden önce gönderdiğimiz bütün peygamberler şüphesiz yemek yerler, çarşıda pazarda gezerlerdi.”<sup>84</sup> ayeti, sair peygamberlerin de ticarî faaliyetlerde bulduklarını haber vermektedir. Kurtubî (ö. 671/1273): “Bu ayet, geçimi sağlamak için sebeplere sarılmak, çalışmak, ticaret yapmak, sanat ve meslek erbabı olmak hususunda temel bir dayanaktır.”<sup>85</sup> demiştir.

Kur'an'da Hz. İbrahim'in, oğlu İsmail'le birlikte Kabe'yi inşa ettikleri,<sup>86</sup> Hz. Musa'nın salih yol arkadaşıyla birlikte yıkılmak üzere olan bir duvarı tahkim ettikleri<sup>87</sup> haber verilmektedir.

Tâ-hâ Suresinde insana verilen birçok nimet zikredildikten sonra: “Yiyin ve hayvanlarınızı yayın, otlatın”<sup>88</sup> buyrulmuş, “وَأَرْعُوا” kelimesiyle hayvancılığa işaret edilmiştir. Yine aynı surede<sup>89</sup> ve Kasas Suresindeki ayetlerde<sup>90</sup> Hz. Mûsâ'nın şahsında; elinde asa, hayvanlarını sulayan, güden, otlatan ve himaye eden, güçlü ve güvenilir bir çoban portresi çizilmiştir. Nahl Suresi 10. ayette geçen “تُشِيمُونَ” kelimesi “yaymak, otlatmak” manasındadır.<sup>91</sup> Enbiyâ 78. ayette geçen “نَفْسٌ” kelimesi ise “hayvanların gece vakti başında çoban olmadan kendi başına yayılması” manasına gelir<sup>92</sup> ki bir kavmin davranışlarının gece vakti başıboş bir şekilde başka bir topluluğun mahsullerine zarar vermesi, Hz. Dâvûd zamanında dava konusu olmuştur.

Kur'an'da Allah ile insanlar arasındaki ilişkiler ifade edilirken; satmak, satın almak, ticaret, kar, zarar vb. ticarî terimlerin kullanılması<sup>93</sup> Arapların ticaret ağırlıklı bir hayat sürdürdüklerinin

<sup>80</sup> Murtedâ ez-Zebîdî, Ebu'l-Feyd Muhammed el-Murtedâ b. Muhammed b. Muhammed b. Abdirrezâk el-Bilgrâmî el-Hüseynî ez-Zebîdî, *İthâfu's-Sâdeti'l-Muttekin Bi-Şerhi İhyâi Ulûmi'd-Dîn*, (Beyrut: Müessesetü't-Târîhi'l-Arabî, 1994), 9/121.

<sup>81</sup> Zemaşerî, Ebû'l-Kâsım Mahmûd b. Ömer b. Muhammed el-Hârizmî ez-Zemaşerî, *el-Keşşâf An Ğavâmidî't-Tenzil Ve Uyûni'l-Ekâvil Fî Vucûhi't-Te'vil*, thk. Âdil Ahmed Abdî'l-Vücûd vd., (Riyad: Mektebetü'l-Ubeykân, 1998), 1/188.

<sup>82</sup> el-Bakara, 2/16,282; en-Nisâ, 4/29; et-Tevbe, 9/24; en-Nûr, 24/37; el-Fâtır, 35/29; es-Saf, 61/10; el-Cumua', 62/11.

<sup>83</sup> el-Furkân, 25/7.

<sup>84</sup> el-Furkân, 25/20.

<sup>85</sup> Kurtubî, *el-Câmiu Li-Ahkâmi'l-Kur'an*, 13/14.

<sup>86</sup> el-Bakara, 2/127.

<sup>87</sup> el-Kehf, 18/77.

<sup>88</sup> Tâ-hâ, 20/53-54.

<sup>89</sup> Tâ-hâ, 20/17-18.

<sup>90</sup> el-Kasas, 28/23,26-28.

<sup>91</sup> Taberî, *Câmiu'l-Beyân An Te'vili Âyi'l-Kur'an*, 5/266.

<sup>92</sup> Râğib el-İsfehânî, *el-Müfradât Fî Ğarîbi'l-Kur'an*, 502.

<sup>93</sup> el-Bakara, 2/16; et-Tevbe, 9/111; es-Saf, 61/10.

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

delilidir.<sup>94</sup> Yine “Allah Kâbe’yi, o Beyt-i Haram’ı insanların hayat düzeni için bir dayanak kıldı.”<sup>95</sup> ayetiyle ilgili yapılan tevillerden biri de Kâbe’nin, insanların maişet ve kazançları için medâr-ı hayat olmasıdır.<sup>96</sup> “Biz onları tarafımızdan bir rızık olarak, her türlü meyve ve mahsullerin kendisinde toplandığı, saygın ve güvenli bir yere yerleştirmedik mi?”<sup>97</sup> ayetinde bu nimet Kureyş’lilere hatırlatılmakta ve kendilerinden şükretmeleri beklenmektedir.

Bir diğer açıdan Kur’ân’da, ancak yerleşik hayat süren insanların kullanıp bilebileceği, meslek dallarında üretilen; yapılar, giyim kuşam, mesken, süs ve zinet, savaş, yazı vb. muhtelif birçok alanla ilgili eşya ve malzemenin ismi zikredilmektedir. Ayetlerin, vahye muhatap olan insanların anlayamayacağı şeylerden bahsetmesi mümkün olmayacağından<sup>98</sup> hareketle, ilgili meslek dallarının o toplumda var olduğunu, en azından onların toplum olarak bunlardan haberdar olduklarını söylemek mümkündür.

Kur’ân’ın beyanına göre insanların farklı mesleklere sahip olmaları, Allah’ın onları farklı kabiliyetlerde yaratmış ve rızıklarını farklı miktarlarda belirlemiş olmasının bir sonucudur. Nitekim ayetlerde: “Allah, rızık konusunda kiminizi kiminizden üstün kıldı.”<sup>99</sup> “Allah, rızık dilediğine bol verir, (dilediğine de) kısar.”<sup>100</sup> “Bak nasıl, onların kimini kimine üstün kıldık.”<sup>101</sup> ve “O, sizi yeryüzünde halifeler (oraya hakim kimseler) yapan, size verdiği nimetler konusunda sizi sınamak için bazınızı bazınıza derece derece üstün kılandı.”<sup>102</sup> buyrulmaktadır. Rızıkta farklılık malla sınırlı olmayıp akıl, güzellik, sağlık, ahlak, şan şeref vb. hususlarda da söz konusudur.<sup>103</sup> Kişilerin meslekleri de bu kapsamda değerlendirilebilir. Kur’ân’da bu farklılıkların toplumsal yapının oluşumunda elzem olduğu ifade edilerek şöyle buyrulmaktadır: “Dünya hayatında onların geçimliklerini aralarında biz paylaştırdık. Birbirlerine iş gördürmeleri için, (çeşitli alanlarda) kimini kimine, derece derece üstün kıldık...”<sup>104</sup> Böylece insanlar arasında yardımlaşma gerçekleşmekte ve birbirlerini, ihtiyaçlarını gidermede, iş, meslek ve üretim alanlarında istihdam etmeleri mümkün olmaktadır.<sup>105</sup> Şayet insanlar rızık noktasında eşit olsalardı birçok iş ve meslek alanı boş kalırdı.<sup>106</sup> Bu sebeple ihtiyaçlarını temin edemez, menfaatleri zayi olur ve helake uğrarlardı.<sup>107</sup> Bunun neticesinde dünyanın düzeni bozulur ve insanlık alemi harap olurdu.<sup>108</sup>

<sup>94</sup> Cengiz Kallek, “Pazar”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, (Ankara: TDV Yayınları, 2007), 34/195.

<sup>95</sup> el-Mâide, 5/97.

<sup>96</sup> Vâhidî, Ebu’l-Hasen Ali b. Ahmed b. Muhammed en-Nisâbüri, *et-Tefsîru’l-Basît*, thk. Muhammed b. Hamd b. Abdillâh el-Muhaymîd, (Riyad: Câmiatü’l-İmâm Muhammed b. Suûd el-İslâmiyye, h. 1430), 7/535.

<sup>97</sup> el-Kasas, 28/57.

<sup>98</sup> Ahmed İbrâhîm eş-Şerîf, *Mekke Ve’l-Medîne Fi’l-Câhiliyyeti Ve Ahdi’r-Rasûl*, (Kahire: Dâru’l-Fikri’l-Arabî, 2003), 186-187.

<sup>99</sup> en-Nahl, 16/71.

<sup>100</sup> er-Ra’d, 13/26. Benzer ayetler için bkz.: el-İsrâ, 17/30; el-Kasas, 28/82; el-Ankebût, 29/62; er-Rûm, 30/37; Sebe’, 34/36, 39; ez-Zümer, 39/52; eş-Şûrâ, 42/12.

<sup>101</sup> el-İsrâ, 17/21.

<sup>102</sup> el-En’âm, 6/165.

<sup>103</sup> Fahrüddîn er-Râzî, *Mefâtihu’l-Ğayb*, 20/80.

<sup>104</sup> ez-Zuhruf, 43/32.

<sup>105</sup> Taberî, *Câmiu’l-Beyân An Te’vili Âyi’l-Kur’ân*, 12/636; Sa’dî, Ebû Abdillâh Abdurrahmân b. Nâsır b. Abdillâh b. Nâsır es-Sa’dî en-Nâsırî et-Temîmî, *Teysîru’l-Kerîmi’r-Rahmân Fi Tefsîri Kelâmi’l-Mennân*, thk. Abdurrahmân b. Muallâ el-Luveyhik, (Beyrut: Müessesetü’r-Risâle, 2002), 765.

<sup>106</sup> Seyyid Kutb, Seyyid b. Kutb b. İbrâhîm b. Hüseyin eş-Şâzilî, *Fî Zilâli’l-Kur’ân*, (Kahire: Dâru’s-Şurûk, 2003), 5/3187.

<sup>107</sup> Zemahşerî, *el-Keşşâf*, 5/438; Saîd Havvâ, Saîd b. Muhammed Dîb Havvâ, *el-Esâs Fi’t-Tefsîr*, (Kahire: Dâru’s-Selâm, 1985), 9/5134.

<sup>108</sup> Hâzin, Ebu’l-Hasen Alâuddîn Ali b. Muhammed b. İbrâhîm el-Hâzin el-Bağdâdî, *Lübâbu’t-Te’vîl Fi Meâni’t-Tenzil*, thk. Abdu’s-Selâm Muhammed Ali Şâhîn, (Beyrut: Dâru’l-Kütübi’l-İlmiyye, 2004), 4/108.

Kur'ân'da meslek tasavvurunu özet manada ifade ettikten sonra ayetlerde mesleklere yapılan atıfları, "avcılık" mesleği örneğinde incelemeye çalışacağız.

## D. KUR'AN'DA AVCILIK

Avcılıkla alakalı ayetleri incelemeden önce bir mukaddime sadedinde bu meslekle ilgili bazı bilgileri zikretmekte fayda mülâhaza ediyoruz.

### 1. Avcılığın Tanımı

Avlanmak, karada, denizde ya da havada yaşayan, sahibi bulunmayan, yaratılışının temelinde evcil olmayıp kanatları ya da ayaklarıyla insandan kaçan hayvanları;<sup>109</sup> elle veya köpek, doğan, şahin gibi yırtıcı olup eğitilmiş bir av hayvanıyla ya da ağ, olta, mızrak, ok vb. bir aletle tutup yakalamak demektir.<sup>110</sup> Avcılık ise eti yenen hayvanların et, yağ vb. yemek, yenmeyen hayvanların ise deri, yün, kıl vb. faydalarından yararlanmak maksadıyla<sup>111</sup> avlanma işinin geçici ya da meslek icabı icra edilmesidir.

Arapça'da "avlanmak veya avlamak", "صَادَ/almak, tutmak" fiilinin masdarı olan "صَيْدٌ" kelimesi ile karşılanmaktadır. Bu kelime, masdar olarak "tutmak, yakalamak, avlanmak" manasına gelirken, aynı zamanda ism-i mef'ûl olarak "avlanan hayvan" anlamını da ifade etmektedir.<sup>112</sup>

### 2. Avcılığın Tarihi

Avcılık rızık temininde en temel yollardan biridir. İnsanlık tarihi boyunca var olan avcılık, ilk dönemlerde yiyecek ve giyecek ihtiyaçlarını karşılamak için icra edilmiştir. Eskiçağ ve Ortaçağ hükümdarları tarafından bir askerî tâlim aracı olan avcılık, günümüzde Afrika, Avustralya ve Güney Amerika'da yaşayan bazı kabileler dışında bir geçim vasıtası olmaktan çıkmış, bir spor ya da hobi halini almıştır. Hava ve kara avcılığı için durum böyle olsa da deniz ürünlerinden istifade etmek için sürdürülen deniz avcılığı bir meslek olarak halen varlığını korumaktadır.<sup>113</sup>

Kur'ân'da İsrailoğullarının, Mısır'dan çıktıktan sonra Tih'te kaldıkları süre içerisinde yaşamlarını avcılıkla sürdürdükleri ifade edilir.<sup>114</sup> Nitekim her gün ihtiyaçları olan gıda "الْمَنَ" ve "السَّلْوَى" ile temin ediliyordu. "مَنْ" kelimesinin manası hakkında: "ağaç zamkı, bal, bir tür içecek, zencefil, yufka ekmek ya da ağaçların üstüne kar gibi inen mantar türü bir yiyecek" gibi manalar üzerinde durulmuştur. "سلوى" ise "yelve, bıldırcın" kuşudur. Eti lezzetli, avlanması kolay, karada

<sup>109</sup> Mevsilî, Ebû'l-Fadl Meccüddîn Abdullâh b. Mahmûd b. Mevdûd el-Mevsilî, *el-İhtiyâr Li-Ta'lîli'l-Muhtâr*, thk. Şuayb el-Arnaût vd., (Dimeşk: Dâru'r-Risâleti'l-Âlemiyye, 2009), 1/510.

<sup>110</sup> İbn-i Âşûr, *et-Tahrîr Ve't-Tenvîr*, 6/80.

<sup>111</sup> Mevsilî, *el-İhtiyâr Li-Ta'lîli'l-Muhtâr*, 4/211; Abbâs Mustafâ es-Sâlihî, *es-Saydü Ve't-Tardü Fi'ş-Şi'ri'l-Arabî Hattâ Nihâyeti'l-Karnî's-Sâni'l-Hicrî*, (Beyrut: el-Müessesetü'l-Câmiyye, 1981), 29.

<sup>112</sup> Heravî, Ebû Ubeyd Ahmed b. Muhammed b. Muhammed el-Heravî el-Bâşânî, *el-Ğaribeyni Fi'l-Kur'âni Ve'l-Hadîs*, thk. Ahmed Ferîd el-Mezîdî, (Riyad: Mektebetü Nezâr Mustafâ el-Bâz, 1999), 4/1107; İbn-i Manzûr, *Lisânu'l-Arab*, 4/248; Râğîb el-İsfehânî, *el-Müfredât Fi Ğaribi'l-Kur'ân*, 289.

<sup>113</sup> İbn-i Haldûn, Ebû Zeyd Velîyyüddîn Abdurrahmân b. Muhammed et-Tûnisî, *Mukaddime*, Çev.: Halil Kendir, (Ankara: Yeni Şafak Kültür Armağanı, 2004), 2/523; Erdem Sargon, "Av", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, (Ankara: TDV Yayınları, 1991), 4/100; Yusuf Ziya Keskin, "Hadislere Göre Avcılık ve Avlanma Esasları", *Hadis Tetkikleri Dergisi (HTD)*, 5(1), (2007), 33-48, 33.

<sup>114</sup> el-Bakara, 2/57; el-A'râf, 7/160; Tâ-hâ, 20/80.

yaşayan bu kuşu her akşam güney rüzgarı sürükleyip topluyordu ve İsrailoğulları onları elleriyle yakalıyordu.<sup>115</sup>

## 2.1. İslam Öncesi Araplarda Avcılık

Kara avcılığı, İslam öncesinde Araplar için en temel geçim vasıtalarından biriydi. Aynı zamanda onlar bunu; eğlence, hobi, teselli, spor, savaş talimi ya da sabır alıştırmaları maksadıyla da icra etmekteydi.<sup>116</sup> Avlanmayla ilgili şiirler söyler, ondan güzel vasıflarla bahsederlerdi.<sup>117</sup> Hz. Peygamber'in amcası Hamza'nın, İslam'la şereflediği gün bir avdan döndüğü aktarılır.<sup>118</sup>

Su avcılığı ise yarımadanın tatlı su kaynaklarından yoksun olması sebebiyle denizlerde icra edilmekteydi. Özellikle Kızıldeniz'in liman şehir ve kasabaları, Yemen, Ummân ve Bahreyn gibi güney ve doğu sahilleri balıkçılık yapılan bölgelerdi. Sahil halkı balık avlar, ihtiyaçları dışındakileri satar, kalanı ise tuzlardı. Tuzlanmış balığı hem kendileri yer, hem de hayvanlarına yem yaparlardı.<sup>119</sup>

## 2.2. Asrısaadette Avcılık

Hadis kitaplarında avcılık hükümlerinin beyan edildiği bölümler, asrısaadette bu mesleğin icra edildiğini gösterir. Nitekim Adî b. Hâtim'in Hz. Peygamber'e geldiği ve: "Biz av köpekleriyle avlanan bir kavimiz" diyerek onlarla avladıklarından yemenin kendilerine helal olup olmadığını sorduğu, Hz. Peygamber'in ise cevaben, Allah'ın ismini anarak gönderip de köpeğin yemediği avlardan yemelerini, köpeğin yediği ve aralarına başka köpeklerin karışması durumlarında ise yememeleri gerektiğini söylediği nakledilmiştir.<sup>120</sup> Genel olarak rivayetlerden, o dönem avcılıkta; köpek, doğan, şahin gibi hayvanların, mızrak, ok, sepkün, ağ gibi aletlerin kullanıldığı anlaşılmaktadır.<sup>121</sup> Bir hadiste Hz. Peygamber'in, Akabe Körfezi'nde yerleşik bulunan Yahudi bir topluluğa yazdığı mektupta "مَا صَادَتْ غُرُوكُمْ/Balıkçılarımızın avladıklarının dörtte birini vermeniz gerekir" kaydını düştüğü haber verilmektedir.<sup>122</sup> Bir başka rivayette ise Ashab'ın Ebû Ubeyde'nin kumandanlığında çıktıkları Ceyşu'l-Habat gazvesinde şiddetli açlığa düştükleri, yolları

<sup>115</sup> Taberî, *Câmiu'l-Beyân An Te'vîli Âyi'l-Kur'an*, 1/700-703; Abdu'rrazzâk es-San'ânî, Ebû Bekr Abdurrazzâk b. Hemmâm b. Nâfi' es-San'ânî el-Himyerî, *Tefsîru Abdurrazzâk*, thk. Mahmûd Muhammed Abduh, (Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 1999), 1/271, (No: 1880); İbn-i Âşûr, *et-Tahrîr Ve't-Tenvîr*, 1/510.

<sup>116</sup> Mahmûd Şükrî el-Âlûsî, Ebu'l-Meâlî Cemâlüddîn Mahmûd Şükrî b. Abdillâh b. Mahmûd el-Âlûsî, *Bulûğu'l-Erab Fî Ma'rifeti Ahvâli'l-Arab*, thk. Muhammed Behcet el-Eserî, (Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, ts.), 3/418; Abbâs Mustafâ es-Sâlihî, *es-Saydü Ve't-Tard*, 35-40.

<sup>117</sup> Ebû Hayyân, Ebû Hayyân Muhammed b. Yûsuf b. Ali b. Yûsuf b. Hayyân el-Endelüsî, *el-Bahru'l-Muhît Fî't-Tefsîr*, thk. eş-Şeyh Zehîd Caîd, (Beyrut: Dâru'l-Fikr, 2010), 4/361.

<sup>118</sup> İbn-i İshâk, Ebû Abdillâh Muhammed b. İshâk b. Yesâr b. Hıyâr el-Muttalibî el-Kureşî el-Medenî, *es-Sîratu'n-Nebeviyye*, thk. Ahmed Ferîd el-Mezîdî, (Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 2004), 211.

<sup>119</sup> Elnure Azizova, "Hz. Peygamber Döneminde Çalışma Hayatı ve Meslekler", (İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007, Yayımlanmış Doktora Tezi), 124; Cevâd Ali, *el-Mufasssal Fî Târîhi'l-Arab Kable'l-İslâm*, (Irak: Câmiatu Bağdâd, 1993), 7/119-120.

<sup>120</sup> Buhârî, "ez-Zebâih Ves-Sayd", 7, (No: 5483).

<sup>121</sup> Kettânî, Muhammed Abdülhay b. Abdilkebîr b. Muhammed el-Hasenî el-İdrîsî el-Kettânî, *Nizâmu'l-Hukûmeti'n-Nebeviyye -el-Müsemmâ et-Terâtîbu'l-İdâriyye-*, thk. Abdullâh el-Hâlidî, (Beyrut: Dâru'l-Erkam, ts.), 2/64-65.

<sup>122</sup> İbn-i Sa'd, Ebû Abdillâh Muhammed b. Sa'd b. Menî' el-Kâtib el-Hâşimî el-Basrî el-Bağdâdî, *et-Tabakâtü'l-Kübrâ*, thk. Muhammed Abdulkâdir Atâ, (Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 1990), 1/212.

sahile uğrayınca “Anber” denilen, kaburga kemiklerinin altından bir süvarinin geçebildiği kadar büyük bir balığın sahile vurmuş olduğu ve onun etinden yarım ay yedikleri anlatılır.<sup>123</sup>

### 3. Avcılığın Şer’î Hükümü

İslam dininde deniz avcılığı, konuyla alakalı genel prensiplere riayet edildiği takdirde mutlak olarak mubah kılınmıştır. Kara avcılığı ise, ihramlı olmamak şartına bağlı olarak helal kabul edilmiştir. Nitekim konuyla ilgili ayetlerde: “İhramdan çıktığınız vakit (isterseniz) avlanın.”,<sup>124</sup> “Allah’ın size verdiği yeteneklerle eğitip alıştırdığınız avcı hayvanların tuttuğu (avlar) helâl kılındı.”,<sup>125</sup> “Sizin için de yolcular için de bir geçimlik olmak üzere deniz avı yapmak ve deniz ürünlerini yemek sizlere helâl kılındı.”<sup>126</sup> buyrulmaktadır.

Bir avın yenilebilmesi için öncelikle onun, yenilmesi helal şeylerden olması gerekir. Ayrıca avcı, Müslüman veya ehl-i kitap olmalıdır. Mecusi, putperest veya mürtedin avladığı hayvanın eti yenilmez. Avcı ava silah atarken veya avcı hayvanı salarken Allah’ın adını anmalıdır. Bunu unutarak terk etmesi durumunda da söylemiş sayılır. Fakat kasıtlı bir şekilde terk ederse avın eti yenilmez. Av hayvanı, ya avcı ona ulaşmadan aldığı yara sebebiyle ölmeli ya da ölmeden ulaşırsa boğazlanmalıdır. Vahşi hayvanları avlamak caizdir, mubah bir kazanç yoludur. Fakat başka kazanç yolları bundan daha uygundur. Ayrıca avlanmak, zevk ve eğlence için olmamalıdır.<sup>127</sup>

### 4. Ayetlerde Avcılık

Kur’ân’da “صَيْدٌ” kelimesi, “avlanmak”<sup>128</sup> ve “av hayvanı”<sup>129</sup> anlamlarında kullanılmıştır.<sup>130</sup> Kur’ân’da bir yerde geçen “اصطاد” kelimesi<sup>131</sup> de ifti’âl babında olup “avlanmak” manasına gelmektedir.<sup>132</sup>

#### 4.1. Avcılık Çeşitleri

Kur’ân’da konuyla ilgili ayetleri incelediğimizde kara (صَيْدُ الْبَرِّ) ve deniz (صَيْدُ الْبَحْرِ) olmak üzere iki çeşit avcılıktan bahsedildiğini görürüz.<sup>133</sup>

##### 4.1.1. Kara Avcılığı

Kara avcılığıyla; karada avlanan, yani karada doğan, su kuşları gibi bazen suda yaşasa bile genel itibariyle karada ya da havada yaşayan hayvanların avlanması kastedilmektedir.<sup>134</sup> Kur’ân’da

<sup>123</sup> Buhârî, “ez-Zebâih Ves-Sayd”, 12, (No: 5493).

<sup>124</sup> el-Mâide, 5/2.

<sup>125</sup> el-Mâide, 5/4.

<sup>126</sup> el-Mâide, 5/96.

<sup>127</sup> Mevsilî, *el-Ihtiyâr Li-Ta’lîl-i-Muhtâr*, 4/213; Ömer Nasuhi Bilmen, *Kur’ân-ı Kerim’in Türkçe Meali Âlisi ve Tefsiri*, (İstanbul: Bilmen Yayınevi, 1985), 2/729-730.

<sup>128</sup> el-Mâide, 5/1.

<sup>129</sup> el-Mâide, 5/94,95,96.

<sup>130</sup> Taberî, *Câmiu’l-Beyân An Te’vîli Âyi’l-Kur’ân*, (el-Mâide, 5/1), 8/18; (el-Mâide, 5/94), 8/670; (el-Mâide, 5/96), 8/722.

<sup>131</sup> el-Mâide, 5/2.

<sup>132</sup> İbn-i Manzûr, *Lisânu’l-Arab*, 4/249.

<sup>133</sup> el-Mâide, 5/96.

<sup>134</sup> Mevsilî, *el-Ihtiyâr Li-Ta’lîl-i-Muhtâr*, 1/510; Zemahşerî, *el-Keşşâf*, 2/297.

avlanmayla ilgili ayetlerin tümünde bu avcılık türüne değinilmiş, Mâide 96. ayette ise “صَيْدُ الْبَرِّ” ifadesiyle açıkça zikredilmiştir. Bu ayetle hac veya umre için ihrama giren Müslümanlara kara avı haram kılınmıştır. Mâide 94. ayette, bu yasağın hikmetinin; Allah’ı görmediği hâlde O’ndan korkarak emirlerine uyup yasaklarından sakınanları ortaya çıkarmak olduğu ifade edilmiştir.

Hudeybiye senesi Müslümanlar umre için ihrama girdiklerinde benzeri görülmemiş şekilde av hayvanları etraflarını sarmış, elleriyle ve mızraklarıyla onları avlayabilecek hale gelmişlerdi. Bunun üzerine bu âyet nazil oldu ve ihramlı oldukları sürece kara hayvanlarını avlamaktan menedildiler.<sup>135</sup> Avcılık o dönem yaygın bir geçim vasıtası olduğundan Allah onları, tıpkı İsrailoğullarını Cumartesi çalışmak konusunda sinadığı ve deniz sahilinde yaşayan bir grup Yahudi’yi deniz avıyla imtihan ettiği gibi kara avı hususunda imtihan etmiştir.<sup>136</sup> Harem bölgesinde ve ihramlı iken kara avcılığının haram edilmesinin bir hikmeti de, Kâbe’nin şanının yüceliğini ortaya koymak ve Allah’ın harem halkına bahşettiği emniyet nimetini hatırlatmaktır.<sup>137</sup>

İhramlıyken yasağı ihlal ederek kara av hayvanını öldüren kimse cezalandırılır. Nitekim ayette şöyle buyrulmaktadır: “Ey iman edenler! İhramlı iken (karada) av hayvanı öldürmeyin. Kim (ihramlı iken) onu kasten öldürürse (kendisine) bir ceza vardır. (Bu ceza), Kâbe’ye ulaştırılmak üzere, öldürdüğünün dengi olup, içinizden iki âdil kimsenin takdir edeceği bir kurbanlık hayvan; veya yoksulları yedirmek suretiyle keffaret; yahut onun dengi oruç tutmaktır...”<sup>138</sup>

#### 4.1.2. Su Avcılığı

Arap dilinde “بَحْرٌ” kelimesi, “yarmak” manasına geldiği gibi esas itibariyle “çok suyu toplayan her geniş yer”e verilen addır. Cahiliye döneminde on batın doğuran dişi devenin kulağını yararlar, “بَجِيرَةٌ” adını verdikleri<sup>139</sup> bu deveye binmez, yük yüklemeyiz ve onu serbest bırakırlardı. Sonra bu kelime geniş olan her şey için kullanılmaya başlamıştır. Mesela ilmi geniş olana “بَحْرٌ” denir. Bazıları, bu kelimenin sadece tuzlu denizler için kullanılacağını söylese de ayette “مَرَجَ الْبَحْرَيْنِ” buyrulur.<sup>140</sup> hem tatlı hem de tuzlu deniz için kullanılmıştır.<sup>141</sup> Furkân Suresinin 53. ayetiyle alakalı olarak Taberî (ö. 310/923), İbn-i Cüreyc’in (ö. 150/767): “Tatlı nehirlerden başka tatlı bir deniz bulamadım. Mesela Dicle denize dökülür ama ona karışmaz, aralarında beyaz ip gibi bir perde vardır. Nil de aynı bu şekilde denize dökülür.” dediğini nakleder.<sup>142</sup> Nitekim “dibine ve iki yakasına ulaşılabilen büyük deniz, okyanus”<sup>143</sup> manasına gelen “بَحْرٌ” kelimesi, Kur’ân’da suyu tatlı olan “Nil Nehri” için kullanılmıştır.<sup>144</sup> Dolayısıyla “صَيْدُ الْبَحْرِ”

<sup>135</sup> İbn-i Ebî Hâtim, Ebû Muhammed Abdurrahmân b. Muhammed b. İdrîs er-Râzî, *Tefsîru’l-Kur’âni’l-Azîm Müsnefen An Rasûlillâhi Ve’s-Sahâbeti Ve’t-Tâbiîn*, thk. Es’ad Muhammed Tayyib, (Mekke: Mekteb Nezâr, 1997), 4/1204.

<sup>136</sup> İbn-i Atyye, Ebû Muhammed Abdülhak b. Gâlib b. Abdurrahmân b. Gâlib el-Muhâribî el-Gırnâtî el-Endelüsî, *el-Muharraru’l-Vecîz Fî Tefsîri’l-Kitâbi’l-Azîz*, thk. Abdüsselâm Abdüşşâfi Muhammed, (Beyrut: Dâru’l-Kütübî’l-İlmiyye, 2001), 2/235; Fahrüddîn er-Râzî, *Mefâtihu’l-Ğayb*, 12/91; Kurtubî, *el-Câmiu Li-Ahkâmi’l-Kur’ân*, 6/299.

<sup>137</sup> İbn-i Âşûr, *et-Tahrîr Ve’t-Tenvîr*, 7/54.

<sup>138</sup> el-Mâide, 5/95.

<sup>139</sup> el-Mâide, 5/103.

<sup>140</sup> el-Furkân, 25/53. Ayrıca bkz., el-Fâtır, 35/12.

<sup>141</sup> Râğib el-İsfehânî, *el-Müfredât Fî Ğaribi’l-Kur’ân*, 37-38.

<sup>142</sup> Taberî, *Câmiu’l-Beyân An Te’vili Âyi’l-Kur’ân*, 17/474.

<sup>143</sup> Halil b. Ahmed, *Kitâbu’l-Ayn*, 4/414.

<sup>144</sup> Tâ-hâ, 20/39; el-Kasas, 28/7. Taberî, *Câmiu’l-Beyân An Te’vili Âyi’l-Kur’ân*, 16/57.

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

ifadesi, denize has olmayıp ırmak, akarsu, nehir, göl, kuyu gibi her çeşit suda avlanmayı kapsamaktadır.<sup>145</sup>

Mâide Suresinde yer alan “أَجَلٌ لَكُمْ صَيْدُ الْبَحْرِ وَطَعَامُهُ مَتَاعًا لَكُمْ وَلِلنَّاسِ” ayetinin<sup>146</sup> hükmü mucibince sudan avlayarak veya avlamadan suda ölmesiyle elde edilen balıkları yemek, ihramlı ya da ihramsız Müslümanlara helal kılınmıştır. Ayette geçen “طعام” kelimesi sahile vuran ölü balıklar manasına geldiği gibi onu “tuzlanmış balık” anlamında tevil edenler de olmuştur.<sup>147</sup>

Ayette, sudan avlanan şeylerle ister mukim ister yolcu herkesin faydalanacağı ifade edilmiştir. Çünkü “السيارة” kelimesi Mücâhid’e göre “şehirlerde yaşayanlar” manasına gelse de<sup>148</sup> müfessirlerin genel kanaatine göre, “سَيْر” kökünden mübâlağalı ism-i fâil sığasında (فَعَال) türemiş olan “سَيَّار/çok yolculuk yapan kimse” lafzının müennesi olup çoğul bildirir.<sup>149</sup> Kurtubî bir teville göre bundan maksadın denizde yolculuk yapanlar olduğunu söylemiştir.<sup>150</sup> Her halükarda yolcular, gerek taze, gerek tuzlanmış balıktan seferleri müddetince faydalanırlar.<sup>151</sup> Bir başka faydalanma yolu ise onun ticaretinin yapılmasıdır.<sup>152</sup>

Su avcılığı çoğunlukla gemi, tekne, kayık gibi vasıtalar üzerinde yapılmaktadır. Kur’ân’ın birçok ayetinde, yolculuk, ticaret, yük taşıma vb. yollarla maişet temini için<sup>153</sup> suların musahhar kılınması, gemilerin su üzerinde rüzgar vasıtasıyla yürütülmesi Allah’ın nimetleri olarak zikredilmektedir.<sup>154</sup>

Kur’ân’da “حوت/balık”tan<sup>155</sup> ve “لَحْمًا طَرِيًّا/taze balık eti”nden<sup>156</sup> farklı bağlamlarda defaatle bahsedilmiştir. Yine ayetlerde, İsrailoğullarından “أَصْحَابُ السَّبْتِ/Cumartesi yaranı”<sup>157</sup> diye anılan bir grubun Cumartesi balık avlama yasağını deldikleri ve cezalandırıldıkları anlatılır.<sup>158</sup> Bu kavim, deniz sahilinde yer alan, Medyen’le Tûr arasında bulunan Eyle kentinin halkı olup fasıklıkları sebebiyle geçim kaynakları olan balık avcılığıyla imtihan edilmişlerdir.<sup>159</sup> Öyle ki balıklar, Cumartesi günü bir kimsenin eliyle uzanıp tutabileceği kadar yakına akın akın geliyor, sair günler ise gelmiyorlardı. Bu nedenle onları, denize açılıp meşakkate katlanarak avlamaları gerekiyordu. Başta Allah’ın azabından korkarak Cumartesi avlanmaya cüret edemediler. Ancak içlerinden bir grup, sahil kenarında çukurlar kazıp denizle aralarına kanallar açarak bu yasağı delmek istedi.

<sup>145</sup> Mâverdî, Ebu’l-Hasen Ali b. Muhammed b. Habîb el-Basrî el-Mâverdî, *en-Nüketü Ve’l-Uyûn*, thk. es-Seyyid Abdu’l-Maksûd b. Abdi’r-Rahîm, (Beyrut: Dâru’l-Kütübî’l-İlmiyye, ts.), 2/69; İbn-i Âşûr, *et-Tahrîr Ve’t-Tenvîr*, 7/52.

<sup>146</sup> el-Mâide, 5/96.

<sup>147</sup> Taberî, *Câmiu’l-Beyân An Te’vîli Âyi’l-Kur’ân*, 8/730-734.

<sup>148</sup> Taberî, *Câmiu’l-Beyân An Te’vîli Âyi’l-Kur’ân*, 8/737.

<sup>149</sup> Sâfi, Mahmûd b. Abdirrahîm Sâfi, *el-Cedvel Fî İ’râbi’l-Kur’ân Ve Sarfihî Ve Beyânihî*, (Beyrut: Dâru’r-Raşîd, 1995), 4/30.

<sup>150</sup> Kurtubî, *el-Câmiu Li-Ahkâmi’l-Kur’ân*, 6/321.

<sup>151</sup> Taberî, *Câmiu’l-Beyân An Te’vîli Âyi’l-Kur’ân*, 8/726-737.

<sup>152</sup> İbn-i Âşûr, *et-Tahrîr Ve’t-Tenvîr*, 7/53.

<sup>153</sup> Taberî, *Câmiu’l-Beyân An Te’vîli Âyi’l-Kur’ân*, 14/667.

<sup>154</sup> el-Bakara, 2/164; Yûnus, 10/22; İbrâhîm, 14/32; en-Nahl, 16/14; el-İsrâ, 17/66,70; el-Hac, 22/65; el-Mu’minûn, 23/22; en-Neml, 27/63; er-Rûm, 30/46; Lokmân, 31/31; el-Fâtır, 35/12; el-Mu’min, 40/80; eş-Şûrâ, 42/32; ez-Zuhruf, 43/12; el-Câsiye, 45/12; er-Rahmân, 55/24.

<sup>155</sup> el-A’râf, 7/163-167; el-Kehf, 18/60-65; es-Sâffât, 37/139-146; el-Kalem, 68/48.

<sup>156</sup> en-Nahl, 16/14; el-Fâtır, 35/12.

<sup>157</sup> en-Nisâ, 4/47.

<sup>158</sup> Mukâtil b. Süleymân, *Tefsîru Mukâtil b. Süleymân*, 1/419.

<sup>159</sup> el-A’râf, 7/163-167.

...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

Cumartesi günü kanalı açıyorlar ve suyla beraber balıklar çukurlara doluyordu. Ertesi gün gelip çukurlardan denize dönemeyen balıkları yakalıyorlardı. Başta küçük bir grubun yaptığı bu iş, zamanla halk arasında yayıldı. Alimlerinden bir kısmı onlara bunun yanlışlığını söyleyip nasihat etti. Diğer bir kısım ise, "Siz, Allah'ın helak edeceği veya şiddetli bir azaba uğratacağı bir kavme ne diye öğüt veriyorsunuz?"<sup>160</sup> diyerek hem nasihat etmekten kaçındı, hem de diğerlerini bundan vazgeçirmeye çalıştı. Nasihat edenler ve tabileri, yasağa uymayanlarla alakayı tamamen kesti. Nihayet Hz. Dâvûd, Ashâb-ı Sebt'e lanet okudu<sup>161</sup> ve Allah'ın azabı onları sarıverdi.<sup>162</sup> Nasihat edenler kurtuldu, yasağı çiğneyenler ise aşağılık maymunlara çevrildi.<sup>163</sup>

## 4.2. Av Aletleri

Kur'ân'da muhtelif av aletlerinin zikredildiğini görmekteyiz.

**El:** Mâide 94. ayette geçen "أَيْدِيكُمْ" ifadesi, av hayvanının çıplak elle, ok<sup>164</sup> vb. aletlerle avlanabileceğine delildir. Kurtubî, ayette özellikle "elin" zikredilmesi, avda tasarrufun çoğunluğu elde olduğundandır, demiştir. Ona göre ayet; avcı hayvanlar ve elle imal edilen ağ, ip, tuzak, kapan vb. her türlü av aletini içermektedir.<sup>165</sup> Elle ya da ok vb. bir aletle avlanılan hayvanların kuş yavrusu, yumurtası gibi kaçamayacak kadar zayıf ve küçük av hayvanları olduğu belirtilmiştir.<sup>166</sup>

**Mızrak:** Mâide 94. ayette geçen, "رِمَاح" kelimesi "رُزْمَح" lafzının çoğulu olup "mızrak" manasına gelmektedir. Kurtubî'ye göre av aletlerinden hususen mızrağın zikredilmesi, o dönemde avın çoğunlukla onunla yapıldığındandır. Yoksa mızrağa benzeyen ok da ayetin kapsamındadır.<sup>167</sup> Mızrakla avlanan hayvanların zebra (vahşi eşek), geyik vb. büyük av hayvanları olduğu belirtilmiştir.<sup>168</sup>

**Eğitilmiş Av Hayvanları:** Kur'ân'da: "(Ey Muhammed!) Sana, kendilerine nelerin helâl kılındığını soruyorlar. De ki: 'Size temiz ve hoş olan şeyler, bir de Allah'ın size verdiği yeteneklerle eğitip alıştırdığınız avcı hayvanların tuttuğu (avlar) helâl kılındı. Onların sizin için tuttuklarından yiyin. Onu (av için) salarken üzerine Allah'ın adını anın (besmele çekin)."<sup>169</sup> buyurulmaktadır. Ayet, "يَسْأَلُونَكَ" ibaresiyle başlamaktadır. Dolayısıyla ayetin bir soru üzerine indiği anlaşılmaktadır. Taberî'nin rivayetine göre Adî b. Hâtim et-Tâî şöyle anlatır: Bir kimse Allah Rasûlü'ne, köpeklerin avladıkları hakkında sormak üzere geldi. Hz. Peygamber ona ne diyeceğini bilemedi, nihayet "Allah'ın size verdiği yeteneklerle eğitip alıştırdığınız avcı hayvanların tuttuğu (avlar) helâl kılındı..."<sup>170</sup> ayeti nazil oldu.<sup>171</sup> Bu rivayete göre soruyu soran Adî b. Hâtim'den başka biridir.

Vâhidî'nin (ö. 468/1076) beyanına göre ise soruyu soran o ve aynı kabileye mensup bir arkadaşıdır. Nitekim Saîd b. Cübeyr (ö. 94/713) şöyle anlatır: Adî b. Hâtim et-Tâî ile Allah

<sup>160</sup> el-A'râf, 7/164.

<sup>161</sup> el-Mâide, 5/78.

<sup>162</sup> Taberî, *Câmiu'l-Beyân An Te'vili Âyi'l-Kur'ân*, 10/506-508, 2/60-64.

<sup>163</sup> el-Bakara, 2/65-66; el-A'râf, 7/166.

<sup>164</sup> Mücâhid, *Tefsîru'l-İmâm Mücâhid b. Cebr*, 315.

<sup>165</sup> Kurtubî, *el-Câmiu Li-Ahkâmi'l-Kur'ân*, 6/300.

<sup>166</sup> Mücâhid, *Tefsîru'l-İmâm Mücâhid b. Cebr*, 315; Taberî, *Câmiu'l-Beyân An Te'vili Âyi'l-Kur'ân*, 8/670-672.

<sup>167</sup> Kurtubî, *el-Câmiu Li-Ahkâmi'l-Kur'ân*, 6/300.

<sup>168</sup> Mücâhid, *Tefsîru'l-İmâm Mücâhid b. Cebr*, 315; Taberî, *Câmiu'l-Beyân An Te'vili Âyi'l-Kur'ân*, 8/670.

<sup>169</sup> el-Mâide, 5/4.

<sup>170</sup> el-Mâide, 5/4.

<sup>171</sup> Taberî, *Câmiu'l-Beyân An Te'vili Âyi'l-Kur'ân*, 8/108.



...

(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

Rasûlü'nün ismini "Zeydü'l-Hayl"den "Zeydü'l-Hayr"e değiştirdiği Zeyd b. el-Mühehlil et-Tâi, geldiler ve: "Ey Allah'ın Rasûlü! Biz köpek ve doğanlarla avlanan bir topluluğuz. Zürayh ve Cüveyriye halkının (eğitilmiş) köpekleri, inekleri, (yaban) eşekleri(ni yani zebraları), geyikleri (ya da ceylanları) ve iri kertenkeleleri avlıyor. Bu avlardan kimine boğazlanması için yetişiliyor, kimi ise ölüyor ve yetişilemiyor. Allah ise ölü hayvanı haram kıldı. Bunlardan bize helal olan nedir?" diye sordular. Bunun üzerine: "(Ey Muhammed!) Sana, kendilerine nelerin helâl kılındığını soruyorlar. De ki: 'Size temiz ve hoş olan şeyler, (yani boğazlanan hayvanlar), bir de Allah'ın size verdiği yeteneklerle eğitip alıştırdığınız avcı hayvanların tuttuğu (avlar) helâl kılındı. " ayeti nazil oldu.<sup>172</sup> Yine Taberî'nin diğer rivayetine göre Allah Rasûlü, Medine'deki köpekleri öldürmeyi emredince bir takım insanlar gelip "Ey Allah'ın Rasûlü! Öldürölmelerini emrettiğin şu hayvanlardan bize helâl olan nedir?" dediler. Bunun üzerine bu ayet indi.<sup>173</sup>

Mâide Suresinin söz konusu olan bu ayetinde geçen "جَوَارِح" kelimesi, "çalışıp kazanmak, yapmak, elde etmek" anlamını ifade eden gelen "جَزَح" fiilinden ism-i fâil olarak türeyen "جَارِحَة/kazanan" kelimesinin çoğulu olup yırtıcılardan "köpek, pars, aslan" gibi uzun köpek dişi olan hayvanlar, "kartal, şahin, çaylak" gibi pençesi olan kuşlar manasına gelir.<sup>174</sup> Avcı hayvanlara bu ismin verilmesi, avları yaraladıkları ve sahiplerine gıdalarını kesbetmeleri yani kazanıp getirmeleri sebebiyledir.<sup>175</sup> "مَكْلَب" ise "avcılığa alıştıran, eğiten, terbiye eden" manasına gelir. Eğiticiler için "كَلْب/köpek" kelimesinden türemiş bu vasfın kullanılması; ya bu hayvanların eğitilmeye daha yatkın olmaları ve avcılıkta daha çok kullanılmaları ya da tüm kara yırtıcılarına bu ismin verilmesi sebebiyledir. Nitekim Hz. Peygamber, Utbe b. Ebî Leheb'e: "اللهم سلط عليه كلباً من كلابك" diyerek beddua edince onu bir aslan parçalamıştır.<sup>176</sup>

## SONUÇ

Kur'an, insanlığın dünya ve ahiret hayatında saadete ulaşabilmesi için gönderilmiş olan bir hidayet rehberidir. Bu itibarla o, insanı ilgilendiren ve dünya hayatının intizamında rol oynayan hemen her türlü gerçekliğe ve sosyal olguya direk ya da dolaylı bir şekilde temas etmiş, bunlarla alakalı birtakım hükümler vazedmiştir. Kur'an'ın temas ettiği konulardan biri de "çalışma" ve sosyal hayatın bir gereği olan "meslek"lerdir. Çünkü insanın yeryüzünü imar etmesi, orada tevhid ve adalete dayalı bir medeniyet inşa etmesi ve kendisine tevdi edilen emanete layık bir şekilde hilafet vazifesini gerçekteştirmesi, sahip olduğu imkan ve kabiliyetleri kullanarak çalışıp gayret etmesine bağlıdır. Ayrıca Kur'an, evvelemirde hitap ettiği Arap toplumunun sonra da diğer insanların dikkatini çekmek, ulaştırmak istediği hakikatleri, idraklere anlaşılır bir şekilde sunmak için her daim karşılaştıkları, aşına oldukları hayatın olgularını kullanmıştır. Böylece ilahî mesajların anlaşılması kolaylaştırmakta, insanın manevî bir zevkle ona bağlanması sağlanmaktadır.

İslam dini müntesiplerini, hiçbir din ya da sistemde olmadığı kadar çalışmaya ve bir meslek sahibi olmaya teşvik etmekte, alınterine ve emeğe saygı duymakta, hürmet edilmesini emretmektedir. Bu itibarla Hz. Muhammed başta olmak üzere peygamberler ve salih insanlar çalışmış, rızıklarını el emeği alın teriyle temin etmeye gayret sarfetmişlerdir.

Kur'an ayetleri, meslekî bilginin kaynağının vahiy olduğuna delalet etmektedir. Hz.

<sup>172</sup> Vâhidî, Ebu'l-Hasen Ali b. Ahmed b. Muhammed en-Nîsâbûrî, *Esbâbu Nuzûli'l-Kur'ân*, thk. Isâm b. Abdilmuhsin el-Humeydân, (Demmâm: Dâru'l-İslâh, 1992), 192.

<sup>173</sup> Taberî, *Câmiu'l-Beyân An Te'vili Âyi'l-Kur'ân*, 8/100-101.

<sup>174</sup> Mevsilî, *el-Ihtiyâr Li-Ta'fili'l-Muhtâr*, 4/212.

<sup>175</sup> Taberî, *Câmiu'l-Beyân An Te'vili Âyi'l-Kur'ân*, 8/99.

<sup>176</sup> Zemahşeri, *el-Keşşâf*, 2/197.

Âdem'den itibaren peygamberler vasıtasıyla insanlığa öğretilen meslekler, tarihî süreç içerisinde gelişerek insanlığın terakkisine, medeniyetlerin oluşmasına ve ilerlemesine esas teşkil etmiştir.

Kur'ân'da mesleklere, ana gayeye uygun olarak; geçmiş ümmetler ve peygamberlerin hayatlarından kesitler sunan kıssalar, bir bir sayılıp Allah'ın bir lütfu olduğu ifade edilmek suretiyle insanın iman ve itaate davet edildiği nimetler, şer'î hükümler ve teşbihler gibi muhtelif bağlamlarda işaret edilmektedir.

Avcılıkla ilgili ayetler, sınırlı sayıda olmakla birlikte, bu ayetlerde kullanılan lafız ve ifadeler; şer'î hükmünü, çeşitlerini, aletlerini, avcılıkla yaşamlarını sürdüren toplulukları ve etrafında cereyan eden tarihi hadiseleri ihtiva eder niteliktedir. Buradan hareketle ayetlerin, Kur'ân'ın sahip olduğu üslup ve mana zenginliğini ortaya koymanın yanı sıra, avcılık mesleğine direk ya da dolaylı bir şekilde temas ettiğini söyleyebiliriz.

Kur'ân'ın, insana dair her şeye kıymet verip hayatın her alanıyla ilgili işaretler barındırdığını göz önünde tutarak okunması gerekir. Yaptığımız okuma ve araştırmalar neticesinde onun bu yönünü ortaya koyan kapsamlı bilimsel çalışmaların yeterli sayı ve nitelikte olmadığını müşahede ettik. Özellikle farklı bağlamlarda mesleklere yönelik yaptığı atıfları bir arada inceleyen bilimsel bir çalışma, tespit edebildiğimiz kadarıyla Türkiye'de henüz yapılmamıştır. Dolayısıyla bu mütevazı çalışmanın, Kur'an araştırmacılarına bir örnek teşkil edeceğini düşünüyoruz.

#### **KAYNAKÇA**

Abbâs Mustafâ es-Sâlihî. *es-Saydü Ve't-Tardü Fi's-Şi'ri'l-Arabî Hattâ Nihâyeti'l-Karni's-Sâni'l-Hicrî*. Beyrut: el-Müessesetü'l-Câmiyye, 1981.

Abdu'rrazzâk es-San'ânî, Ebû Bekr Abdurrazzâk b. Hemmâm b. Nâfi' es-San'ânî el-Himyerî. (211/826-27). *Tefsîru Abdurrazzâk*. Thk. Mahmûd Muhammed Abduh. 3 Cilt. Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 1999.

Ahmed b. Hanbel, Ebû Abdillâh Ahmed b. Muhammed b. Hanbel eş-Şeybânî el-Mervezî. (241/855). *el-Müsned*. Thk. Şuayb el-Arnaût, Âdil Murşid. 40 Cilt. Beyrut: Müessesetü'r-Risâle, 1997.

Ahmed İbrâhîm eş-Şerîf. *Mekke Ve'l-Medîne Fi'l-Câhiliyyeti Ve Ahdi'r-Rasûl*. Kahire: Dâru'l-Fikri'l-Arabî, 2003.

Azizova, Elnure. "*Hz. Peygamber Döneminde Çalışma Hayatı ve Meslekler*". İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007, Yayınlanmış Doktora Tezi.

Beydâvî, Nâsiruddîn Ebû Saîd (Ebû Muhammed) Abdullâh b. Ömer b. Muhammed el-Beydâvî. (685/1286). *Envâru't-Tenzîl Ve Esrâru't-Te'vîl*. 5 Cilt. Lübnan: Dâru İhyâi't-Türâsi'l-Arabî, h. 1418.

Beyhakî, Ebû Bekr Ahmed b. el-Huseyn b. Ali. (458/1066). *es-Sünenü'l-Kübrâ*. Thk. Muhammed Abdulkâdir Atâ. 11 Cilt. Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 2003.

Bilmen, Ömer Nasuhi. (1971). *Kur'ân-ı Kerim'in Türkçe Meali Âlisi ve Tefsiri*. 8 Cilt. İstanbul: Bilmen Yayınevi, 1985.

Bucaille, Maurice. (1998). *et-Tevrât Ve'l-İncil Ve'l-Kur'ân Ve'l-İlm*. Trc. Eş-Şeyh Hasen Hâlid. Beyrut: el-Mektebu'l-İslâmî, 1990.

Buhârî, Ebû Abdillâh Muhammed b. İsmâîl. (256/870). *el-Câmiu's-Sahîh*. Thk. Muhibbu'd-Dîn el-Hatîb, Muhammed Fuâd Abdu'l-Bâkî, Kusayy Muhibbu'd-Dîn el-Hatîb. 4 Cilt. Kahire: el-Matbaatu's-Selefiyye, h.1400.

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

Cevâd Ali. (1987). *el-Mufassal Fî Târihi'l-Arab Kable'l-İslâm*. 10 Cilt. Irak: Câmîatu Bağdâd, 1993.

Demirci, Kürşat. "Hafta Tatili". *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*. Ankara: TDV Yayınları, 1997.

Ebû Dâvûd, Süleymân b. Eş'as es-Sicistânî. (275/889), *es-Sünen*. Thk. Muhammed Nâsıru'd-Dîn el-Elbânî. Riyad: Mektebetu'l-Meârif, ts.

Ebû Hayyân, Ebû Hayyân Muhammed b. Yûsuf b. Ali b. Yûsuf b. Hayyân el-Endelüsî. (745/1344). *el-Bahru'l-Muhît Fi't-Tefsîr*. Thk. eş-Şeyh Zehîd Caîd. 11 Cilt. Beyrut: Dâru'l-Fikr, 2010.

Ebû Nuaym el-İsfahânî, Ebû Nuaym Ahmed b. Abdillâh b. İshâk el-İsfahânî (el-Esfahânî). (430/1038). *Hilyetu'l-Evliyâ Ve Tabakâtu'l-Asfiyâ*. 10 Cilt. Beyrut: Dâru'l-Kutubi'l-İlmiyye, 1988.

Ebu'l-Leys es-Semerkandî, Ebu'l-Leys İmâmü'l-Hüdâ Nasr b. Muhammed b. Ahmed b. İbrâhîm es-Semerkandî. (373/983). *Tefsîru's-Semerkandî -Bahru'l-Ulûm-*. Thk. Ali Muhammed Muavvid vd.. 3 Cilt. Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 1993.

Enver Ahmed Hân el-Bağdâdî. *el-Hiraf Ve's-Sinâât Fi'l-Kur'âni'l-Kerîm*. Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 2013.

Eymen Emîn Abdülğani. *el-Mevsûatü's-Şâmile Fi'n-Nahv Ve's-Sarf*. 3 Cilt. Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 2012.

Ezherî, Ebû Mansûr Muhammed b. Ahmed b. Ezher el-Ezherî el-Herevî. (370/980). *Tehzîbü'l-Luğa*, Thk. Abdullâh Derdîş, Muhammed Ali en-Neccâr. 15 Cilt. Kahire: ed-Dâru'l-Misriyye, ts..

Fahrüddîn er-Râzî, Ebû Abdillâh (Ebu'l-Fadl) Fahrüddîn Muhammed b. Ömer b. Hüseyin er-Râzî et-Taberistânî. (606/1210). *Mefâtihu'l-Ğayb*. 32 Cilt. Beyrut: Dâru'l-Fikr, 1981.

Fîrûzâbâdî, Ebu't-Tâhir Mecdüddîn Muhammed b. Ya'kûb b. Muhammed el-Fîrûzâbâdî. (817/1415). *el-Kâmûsu'l-Muhît*, Thk. Muhammed Nuaym el-Arkasûsî. Beyrut: Müessesetu'r-Risâle, 2005.

Gazzâlî, Hucetü'l-İslâm Ebû Hâmid Muhammed el-Gazzâlî et-Tûsî. (505/1111). *İhyâu Ulûmi'd-Dîn Mea Tahrici Hâfiz el-İrâkî*. 4 Cilt. Kahire: Dâru's-Şa'b, ts.

Halîl b. Ahmed, Ebû Abdirrahmân el-Halîl b. Ahmed b. Amr b. Temîm el-Ferâhîdî (el-Fürhûdî). (175/791). *Kitâbu'l-Ayn -Murattaben Alâ Hurûfi'l-Mu'cem-*. Thk. Dr. Abdu'l-Hamîd Hindâvî. 4 Cilt. Beyrut: Dâru'l-Kutubi'l-İlmiyye, 2003.

Hâzin, Ebu'l-Hasen Alâuddîn Alî b. Muhammed b. İbrâhîm el-Hâzin el-Bağdâdî. (741/1341). *Lübâbu't-Te'vîl Fî Meâni't-Tenzîl*. Thk. Abdu's-Selâm Muhammed Ali Şâhîn. 4 Cilt. Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 2004.

Heravî, Ebû Ubeyd Ahmed b. Muhammed b. Muhammed el-Heravî el-Bâşânî. (401/1011). *el-Ğarîbeyni Fi'l-Kur'âni Ve'l-Hadîs*. Thk. Ahmed Ferîd el-Mezîdî. 6 Cilt. Riyad: Mektebetü Nezâr Mustafâ el-Bâz, 1999.

Heysemî, Ebu'l-Hasen Nûruddîn Ali b. Ebî Bekr b. Süleymân el-Heysemî. (807/1405). *Mecma'u'z-Zevâid Ve Menba'u'l-Fevâid*. Thk. Muhammed Abdu'l-Kâdir Ahmed Atâ. 12 Cilt. Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 2001.

İbn-i Âşûr, Muhammed et-Tâhir b. Muhammed b. Muhammed et-Tâhir et-Tûnisî. (1973). *et-Tahrîr Ve't-Tenvîr*. 30 Cilt. Tunus: ed-Dâru't-Tûnisîyye Li'n-Neşr, 1984.

İbn-i Atıyye, Ebû Muhammed Abdülhak b. Gâlib b. Abdirrahmân b. Gâlib el-Muhâribî el-Girnâtî el-Endelüsî. (541/1147). *el-Muharraru'l-Vecîz Fî Tefsîri'l-Kitâbi'l-Azîz*. Thk. Abdüsselâm Abdüşşâfi Muhammed. 6 Cilt. Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 2001.

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

İbn-i Düreyd, Ebû Bekr Muhammed b. el-Hasen b. Düreyd el-Ezdî el-Basrî. (321/933). *Cemheratü'l-Luğa*. Thk. Dr. Ramzî Munîr Ba'lebekkî. 3 Cilt. Beyrut: Dâru'l-İlm Li'l-Melâyîn, 1987.

İbn-i Ebî Hâtim, Ebû Muhammed Abdurrahmân b. Muhammed b. İdrîs er-Râzî. (327/938). *Tefsîru'l-Kur'âni'l-Azîm Müsneden An Rasûlillâhi Ve's-Sahâbeti Ve't-Tâbiîn*. Thk. Es'ad Muhammed Tayyib. 10 Cilt. Mekke: Mekteb Nezâr, 1997.

İbn-i Haldûn, Ebû Zeyd Veliyyüddîn Abdurrahmân b. Muhammed et-Tûnisî. (808/1406). *Mukaddime*. Çev.: Halil Kendir. 2 Cilt. Ankara: Yeni Şafak Kültür Armağanı, 2004.

İbn-i Hibbân, Ebû Hâtim Muhammed b. Hibbân b. Ahmed el-Büstî. (354/965). *Sahîh İbn-i Hibbân Bi-Tertîbi İbn-i Belbân*. Thk. Şuayb el-Arnaût. 18 Cilt. Beyrut: Müessesetü'r-Risâle, 1993.

İbn-i İshâk, Ebû Abdillâh Muhammed b. İshâk b. Yesâr b. Hıyâr el-Muttalibî el-Kureşî el-Medenî. (151/768). *es-Sîratu'n-Nebeviyye*. Thk. Ahmed Ferîd el-Mezîdî. Beyrut: Dâru'l-Kütübî'l-İlmiyye, 2004.

İbn-i Mâce, Ebû Abdillâh Muhammed el-Kazvînî. (273/887). *Sünen*. Thk. Muhammed Nâsîru'd-Dîn el-Elbânî, Riyâd: Mektebetu'l-Meârif, ts.

İbn-i Mâlik, Ebû Abdillâh Muhammed b. Abdillâh. (672/1274). *Elfıyyetü'bni Mâlik Fi'n-Nahv Ve's-Sarf*. Mekke: Dâru't-Teâvun, ts.

İbn-i Manzûr, Ebu'l-Fadl Cemâluddîn Muhammed b. Mukerram b. Alî b. Ahmed el-Ensârî er-Ruveyfî. (711/1311). *Lisânu'l-Arab*. 20 Cilt. Bulak/Mısır: el-Matbaatu'l-Kübra'l-Mîriyye, h.1300.

İbn-i Sa'd, Ebû Abdillâh Muhammed b. Sa'd b. Menî' el-Kâtib el-Hâşimî el-Basrî el-Bağdâdî. (230/845). *et-Tabakâtü'l-Kübrâ*. Thk. Muhammed Abdulkâdir Atâ. 9 Cilt. Beyrut: Dâru'l-Kütübî'l-İlmiyye, 1990.

İlhan, Süleyman. "Bazı Temel İşlevleri ve Artan Önemi Açısından Meslek". *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları*. (2004), 132-137.

İlhan, Süleyman. "Yeni Kapitalizm ve Meslek Olgusunun Değişen Anlamları Üzerine". *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. Ağustos 2008. (21), 313-328.

Kallek, Cengiz. "Pazar". *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*. Ankara: TDV Yayınları, 2007.

Karadağ, Ayişe. "Meslek Olarak Hemşirelik". *Atatürk Üniv. Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi 2* (2002), 5.

Keskin, Yusuf Ziya. "Hadislere Göre Avcılık ve Avlanma Esasları". *Hadis Tetkikleri Dergisi (HTD)*. 5(1), (2007), 33-48.

Kettânî, Muhammed Abdülhay b. Abdilkebîr b. Muhammed el-Hasenî el-İdrîsî el-Kettânî. (1962). *Nizâmu'l-Hukûmeti'n-Nebeviyye -el-Müsemâ et-Terâtibu'l-İdâriyye-*. Thk. Abdullâh el-Hâlidî. 2 Cilt. Beyrut: Dâru'l-Erkam, ts..

Kurtubî, Ebû Abdillâh Muhammed b. Ahmed b. Ebî Bekr b. Ferh el-Ensârî el-Kurtubî. (671/1273). *el-Câmiu Li-Ahkâmi'l-Kur'ân*. Thk. Şeyh Hişâm Semîr el-Buhârî. 21 Cilt. Riyad: Dâru Âlemi'l-Kütüb, 2003.

Kuzgun, Yıldız. *Meslek Gelişimi ve Danışmanlığı*. Ankara: Nobel Yay., 2009.

Mahmûd Şükrî el-Âlûsî, Ebu'l-Meâlî Cemâluddîn Mahmûd Şükrî b. Abdillâh b. Mahmûd el-Âlûsî. (1924). *Bulûğu'l-Erab Fi Ma'rifeti Ahvâli'l-Arab*. Thk. Muhammed Behcet el-Eserî. 3 Cilt. Beyrut: Dâru'l-Kütübî'l-İlmiyye, ts.

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

Mâtürîdî, Ebû Mansûr Muhammed b. Muhammed b. Mahmûd el-Mâtürîdî es-Semerkandî. (333/944). *Te'vîlâtü Ehli's-Sünne*. Thk. Dr. Mecdî Bâsellûm. 10 Cilt. Beyrut: Dâru'l-Kütübî'l-İlmiyye, 2005.

Mâverdî, Ebu'l-Hasen Ali b. Muhammed b. Habîb el-Basrî el-Mâverdî. (450/1058). *en-Nüketü Ve'l-Uyûn*. Thk. es-Seyyid Abdu'l-Maksûd b. Abdi'r-Rahîm. 6 Cilt. Beyrut: Dâru'l-Kütübî'l-İlmiyye, ts..

Mevsîlî, Ebü'l-Fadl Mecdüddîn Abdullâh b. Mahmûd b. Mevdûd el-Mevsîlî. (683/1284). *el-İhtiyâr Li-Ta'lîli'l-Muhtâr*. Thk. Şuayb el-Arnaût vd.. 4 Cilt. Dimeşk: Dâru'r-Risâleti'l-Âlemiyye, 2009.

Mukâtil b. Süleymân, Ebu'l-Hasen Mukâtil b. Süleymân b. Beşîr el-Ezdî el-Belhî. (150/767). *Tefsîru Mukâtil b. Süleymân*. Thk. Abdullâh Mahmûd Şehhâte. 5 Cilt. Beyrut: Müessesetü't-Târîhi'l-Arabî, 2002.

Murtedâ ez-Zebîdî, Ebu'l-Feyd Muhammed el-Murtedâ b. Muhammed b. Muhammed b. Abdîrrezzâk el-Bilgrâmî el-Hüseynî ez-Zebîdî. (1205/1791). *İthâfu's-Sâdeti'l-Muttekin Bi-Şerhi İhyâi Ulûmi'd-Dîn*. 10 Cilt. Beyrut: Müessesetü't-Târîhi'l-Arabî, 1994.

Mücâhid, Ebu'l-Haccâc Mücâhid b. Cebr el-Mekkî el-Mahzûmî. (103/721). *Tefsîru'l-İmâm Mücâhid b. Cebr*. Thk. Muhammed Abdusselâm. Kahire: Dâru'l-Fikr, 1989.

Mücemma'u'l-Lügati'l-Arabiyye. *el-Mu'cemü'l-Vasît*. Kahire: Mektebetü's-Şurûki'd-Devliyye, 2004.

Müslim, Ebu'l-Huseyn Müslim b. el-Haccâc el-Kuşeyrî. (261/865). *Sahîhu Müslim*. Thk. Ebû Kuteybe. 2 Cilt. Riyâd: Dâru Taybe, 2006.

Râğîb el-İsfehânî, Ebu'l-Kâsım Huseyn b. Muhammed b. el-Mufaddal er-Râğîb el-İsfehânî. (502/1108). *el-Müfradât Fî Ğarîbi'l-Kur'ân*. Thk. Muhammed Seyyid Keylânî, Beyrut: Dâru'l-Ma'rife, ts..

Sa'dî, Ebû Abdillâh Abdurrahmân b. Nâsır b. Abdillâh b. Nâsır es-Sa'dî en-Nâsîrî et-Temîmî. (1956). *Teyşîru'l-Kerîmi'r-Rahmân Fî Tefsîri Kelâmi'l-Mennân*. Thk. Abdurrahmân b. Muallâ el-Luveyhik. Beyrut: Müessesetü'r-Risâle, 2002.

Sâfî, Mahmûd b. Abdîrrahîm Sâfî. (1956). *el-Cedvel Fî İ'râbi'l-Kur'ân Ve Sarfihî Ve Beyânihî*. 16 Cilt. Beyrut: Dâru'r-Raşîd, 1995.

Saîd Havvâ, Saîd b. Muhammed Dîb Havvâ. (1989). *el-Esâs Fi't-Tefsîr*. 11 Cilt. Kahire: Dâru's-Selâm, 1985.

Sami, Şemseddin. (1850-1904). *Kâmûs-i Türkî*. Dersaâdet: İkdâm Matbaası, h. 1317.

Sargon, Erdem. "Av". *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*. Ankara: TDV Yayınları, 1991.

Seyyid Kutb, Seyyid b. Kutb b. İbrâhîm b. Hüseyin eş-Şâzilî. (1966). *Fî Zılâli'l-Kur'ân*. 7 Cilt. Kahire: Dâru's-Şurûk, 2003.

Sîbeveyh, Ebû Bişr Amr b. Osmân. (180/796). *el-Kitâb*. Thk. Abdusselâm Muhammed Hârûn. 5 Cilt. Kahire: Mektebetü'l-Hâncî, 1982.

Suyûtî, Ebu'l-Fadl Celâluddîn Abdurrahmân b. Ebî Bekr b. Muhammed el-Hudayrî. (911/1505). *el-İtkân Fî Ulûmi'l-Kur'ân*. Thk. Merkezü'd-Dirâsâti'l-Kur'âniyye. 7 Cilt. Suud: Mucemma'u'l-Melik Fehd, ts..

Şa'râvî, Muhammed Mütevellî eş-Şa'râvî. (1998). *Tefsîru's-Şa'râvî*. 20 Cilt. Kahire: Metâbi' Ahbâri'l-Yevm, ts..

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

Şâtıbî, Ebû İshâk İbrâhîm b. Mûsâ b. Muhammed el-Lahmî eş-Şâtıbî el-Girnâtî. (790/1388). *el-Muvâfakât*. Thk. Ebû Ubeyde Meşhûr. 6 Cilt. Hüner: Dâru'bni Affân, 1997.

Taberânî, Süleyman b. Ahmed b. Eyyûb. (360/971). *el-Mu'cemu'l-Evsat*. Thk. Ebû Muâz, Ebu'l-Fadl. 10 Cilt. Kahire: Dâru'l-Harameyn, 1995.

Taberânî, Süleyman b. Ahmed b. Eyyûb. (360/971). *et-Tefsîru'l-Kebîr Tefsîru'l-Kur'âni'l-Azîm*. Thk. Hişâm b. Abdilkerîm. 6 Cilt. Ürdün: Dâru'l-Kitâbi's-Sekâfî, 2008.

Taberî, Ebû Ca'fer Muhammed b. Cerîr b. Yezîd el-Âmulî et-Taberî el-Bağdâdî. (310/923). *Câmiu'l-Beyân An Te'vîli Âyi'l-Kur'ân*. Thk. Abdullâh b. Abdulmuhsin et-Türkî. 26 Cilt. Kahire: Dâru'l-Hicr, 2001.

TDK. Büyük Türkçe Sözlük (2018). 12 Haziran 2018 tarihinde [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&kelime=MESLEK](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=MESLEK) adresinden alındı.

Vâhidî, Ebu'l-Hasen Ali b. Ahmed b. Muhammed en-Nisâbûrî. (468/1076). *et-Tefsîru'l-Basît*. Thk. Muhammed b. Hamd b. Abdillâh el-Muhaymîd. 25 Cilt. Riyad: Câmiatü'l-İmâm Muhammed b. Suûd el-İslâmiyye, h. 1430.

Vâhidî, Ebu'l-Hasen Ali b. Ahmed b. Muhammed en-Nisâbûrî. (468/1076). *Esbâbu Nuzûli'l-Kur'ân*. Thk. Isâm b. Abdilmuhsin el-Humeydân. Demmâm: Dâru'l-Islâh, 1992.

Zemahşerî, Ebü'l-Kâsım Mahmûd b. Ömer b. Muhammed el-Hârizmî ez-Zemahşerî. (538/1144). *el-Keşşâf An Ğavâmidî't-Tenzîl Ve Uyûni'l-Ekâvîl Fî Vucûhi't-Te'vîl*. Thk. Âdil Ahmed Abdi'l-Vücûd vd.. 6 Cilt. Riyad: Mektebetü'l-Ubeykân, 1998.

Zencirkıran, Memet; Çalış, Şuayyip vd.. *Çalışma Sosyolojisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yay., 2012.

Zuhaylî, Vehbe ez-Zuhaylî. (1436/2015). *et-Tefsîru'l-Münîr Fi'l-Akîde Ve's-Şerîa Ve'l-Menhec*. 17 Cilt. Dimeşk: Dâru'l-Fikr, 2009.