



# SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ





ORDU ÜNİVERSİTESİ

ISSN: 1309 - 9302  
**SOSYAL BİLİMLER**  
**E N S T İ T Ü S Ü**

**ORDU ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ARAŞTIRMALARI DERGİSİ**  
**(OÜSBAD) Aralık 2013**

ISSN: 1309 - 9302



## **SAHİBİ**

**Ordu Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Adına**

**Doç. Dr. Serhat YENER  
(SBE Müdürü)**

## **EDİTÖR**

**Doç. Dr. Mehmet YILMAZ**

## **EDİTÖR YARDIMCILARI**

**Yrd. Doç. Dr. Şermin TAĞ KALAFATOĞLU  
Yrd. Doç. Dr. Filiz ZAYİMOĞLU ÖZTÜRK**

## **YABANCI DİL DANIŞMANI**

**Yrd. Doç. Dr. Cüneyt ÖZATA**

## İçindekiler

Özen OKAT ÖZDEM Belma FIRLAR	5 - 16	Web Tasarımının Önemi : Destinasyon Web Sitelerinin Görsel Tasarımlarının Değerlendirilmesi
Aygül KILINÇ	17 - 27	Seçili Başkentlerin Kent Planlama Öyküsü: Ankara, Brasilla, Canberra, İslamabad, Washington DC
Utku ALTUNÖZ	18 - 33	Egemen Neo Klasik İktisata Eleştirisel Yaklaşım: Post Otistik İktisat ve 2008 Küresel Krizinin Post Otistik Analizi
Yeşim ÇELİK	34 - 42	Göstergebilimsel Analiz Yoluyla Kişisel Bakım Reklamlarının İncelenmesi
Mustafa ÖZKAN	43 - 48	Lojistik Regresyon Analizi İle Öğretmenler Üzerinde Bir Uygulama
Filiz ZAYİMOĞLU ÖZTÜRK	49 - 55	Sosyal Bilgiler Dersi 6.Sınıf Coğrafya Konularının Öğretiminde Yaratıcı Drama Yönteminin Kullanımının Öğrenci Başarısı ve Tutumlarına Etkisi
Mustafa SOLMAZ	56 - 62	Kapitalizmin Marx'a ve Weber'e Göre Analizi
İsmet Emre GÖKALP	63 - 74	İletişim Teknolojileri ve Sendika
Banu MUSTAN DÖNMEZ	75 - 79	Türk İnançsal Halk Danslarının Figürlerine Gösterbilimsel Bir Bakış: Alevi Semah Figürlerinin Anlamları
Mustafa KILLI Mustafa TAŞLIYAN	80 - 85	Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin İletişim Becerilerinin İncelenmesi: Bir Alan Araştırması
Ahmet TERZİ	86 - 91	Sosyal Sorumluluk Açısından Çevre Muhasebesi ve Çevre Muhasebesine Homo Ekonomikus Bir Bakış
Altan DEMİRBAŞ Mustafa Kemal ÖKTEM	92 - 99	Kamu Yönetiminde Bilgi Toplumu Kapsamında Liderlik Sorunsalı
TOGRUL HALİLOV	100 - 103	Nahçıvan'daki Son Tunç-Erken Demir Çağı Yerleşimlerinde Bulunmuş Silahlar
Özlem ALTUNÖZ Burcu KOÇ Azize HASSAN	104 - 111	Turizm Eğitiminde Yeni Paradox: Mantar Öğretim Elemanlarına Doğru
Mehmet KABACIK	112 - 120	Dört ve Beş Yıldızlı Otel Mutfaklarında Çalışan Mutfak Personelinin Gıda Güvenliği Konusunda Bilgi Düzeylerinin Saptanması
İ.Pelin DÜNDAR Kutay GÜROCAK	121 - 127	Yeni İletişim Teknolojilerinin Yazılı İşletmeleri Üzerindeki Etkisi
Mehmet KINIK	128 - 136	Bağlama Eğitiminde Popüler Müzik Eserlerinden Yararlanma: Orhan Gencebay Örneği

Değerli akademisyenler,

Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergimiz Sosyal Bilimler Araştırmaları'nın (SOBİAD) 7. sayısı ile karşınızdayız. Dergimizin 6. sayısı sonrasında Enstitümüz ve dolayısı ile SOBİAD yapılanmasında bir takım değişimler yaşadık. Enstitümüz Müdürlüğü görevine Doç. Dr. Serhat YENER atanırken ben de kendisinin takdiri ile aynı zamanda enstitü yönetim kurulu üyesi de olarak SOBİAD editörlüğü görevini devraldım. Bu vesile ile başta Sayın Müdürümüz Doç. Dr. Serhat YENER olmak üzere, SOBİAD'ı kuruluşundan bugüne özveri ile taşıyan geçmiş yönetimlere ve editör Yrd. Doç. Dr. Muhammet KUZUBAŞ'a teşekkür etmek isterim.

Anılan gelişmeler doğrultusunda 7. sayının önemli ölçüde geçmiş dönemin ilkelerinin ve çalışmalarının bir ürünü olduğunu ifade etmek istiyorum. Geçiş dönemi dezavantajları eşliğinde yayına hazırlamaya çabaladığımız bu sayıda makale sahiplerinin olası mağduriyetlerini engelleyebilmek adına dergi yayın ilkelerinde herhangi bir revizyona gitmeksizin dergiyi devraldığımız hali ile bu sayı için yarım kalanları tamamlamaya gayret gösterdik.

8. sayımız ile SOBİAD'da gerçekleşecek çok sayıda yeniliğin müjdesini şimdiden vermek istiyorum. Enstitü Yönetim Kurulumuzun kararı ile artık SOBİAD yılda üç defa yayınlanacak. Böylece birbirinden farklı disiplinlerden gelen daha çok sayıda çalışmayı akademisyenlerle buluşturmak ve dolayısı ile Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi olmanın hakkını daha fazla verebilmek mutluluğunu yaşayacağız. Bu sayımızdan itibaren makale kabullerinin çevrim-içi makale takip sistemi ile gerçekleştirilebilmesi konusundaki çalışmalarımızı da başlatmış bulunuyoruz. En büyük hedefimiz ise SOBİAD'ın indekslendiği uluslararası veri tabanlarının sayısını artırmaktır.

Değerlendirme süreci tamamlanmış olan 17 makaleyi 7. sayı ile ilginize sunarken gelecek sayılarda yer alacak makaleler için yayın ilkelerimizi ve yazım kurallarımızı yenilenen kurumsal web sitemiz <http://sobiad.odu.edu.tr>'den takip edebileceğinizi belirterek 8. sayımızda buluşuncaya kadar esenlikler diliyorum.

Doç. Dr. Mehmet YILMAZ  
-----EDİTÖR-----

# WEB TASARIMININ ÖNEMİ: DESTİNASYON WEB SİTELERİNİN GÖRSEL TASARIMLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Prof. Dr. Belma Fırlar\*  
Dr. Özen Okat Özdem\*

## ÖZET

Literatüre bakıldığında, web sitelerinin etkinliklerine dair yapılan araştırmaların yoğun olarak sitelerin içeriğine yöneldiği; fonksiyona yönelik incelemelerin çoğu zaman yüzeysel olarak gerçekleştiği görülmektedir. Oysa bir web sitesinin etkinliğinin tam anlamıyla ortaya konulabilmesi için sitenin her bir unsurunun kendi alt bileşenleriyle birlikte ayrı ayrı denetlenmesi gerekmektedir. Çalışmada, web sitelerinin etkinliğinin belirlenmesinde algı ve tepki itibarıyla önemli roller oynayan görsel tasarıma dair kriterler buluşsal değerlendirme yöntemi ışığında mercek altına alınmakta ve örnekleme yer alan web siteleri analiz edilmektedir. Bu bağlamda kamusal destinasyon web sitelerinin sayfa tasarımlarının buluşsal değerlendirmesi, çalışmanın araştırma odağı olarak belirlenmiştir. Çalışma ile ulaşılan bulgular paralelinde ülke ekonomisinin önemli bir girdisi olan Türk turizm sektörüne, evrensel açılım alanları olarak değerlendirilebilecek web sayfalarının tasarımının iyileştirilmesi suretiyle katkı sağlanması hedeflenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Web Tasarımı, Görsel Tasarım, Destinasyon Pazarlama, Turizm, Pazarlama İletişimi

## THE IMPORTANCE OF WEB DESIGN: VISUAL DESIGN EVALUATION OF DESTINATION WEB SITES

### ABSTRACT

As in the literature, the researchs about web site efficiency are mostly about site context. The analysis about function are mostly superficial. Whereas, controlling every little part of a web site respective is a necessity to show its efficiency. Here in this context in the study of perception and response event web sites that play an important role in visual design criteria are below the lens as featured and the web sites evaulated by heuristic evaluation method. The research focus of this study is public destinations web site's heuristic evaluation. By the diagnosis of this study, Turkish tourism sector's web sites design will be better; also Turkish tourism sector which is an important input of the country will be more successful.

Keywords: Web Design, Visual Design, Destination Marketing, Tourism, Marketing Communication.

Öğr. Gör. Dr., Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü, ozen.okat@ege.edu.tr  
Prof. Dr., Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü, fbelma@gmail.com

## GİRİŞ

Teknoloji ve bilgi temelli çağcıl yaşama damgasını vuran dijital iletişim ortamlarının başında internet gelmektedir. Dünyanın hemen her noktasına, her kuruma veya kişiye tek tıkla erişimi olanaklı kılan internet, hem bireyler hem de örgütler için yeni fırsatları ve farklı bakış açılarını ifade etmektedir. Sosyo-ekonomik boyuttaki etkileri, küresel çerçevede dikkate alındığında internetteki web siteleri, etkisi en geniş alana yayılabilen imaj göstergeleri olarak görülmektedir. Web siteleri aracılığı ile alışveriş yapılabilen, faturalar ödenebilmekte, fırsatlar yakalanabilmektedir. Bilgi çağının en etkili iletişim araçlarından birisi olarak gösterilen web sitelerinin işlem yoğunluğunun önemi de tam bu noktalarda belirginleşmektedir. Yoğunlukla web sitelerinin ziyaretçi sayısı ve sitede kalış süresinin dikkate alınması sonucu ortaya çıkan veri paketleri olan web trafik raporları, başarı veya başarısızlığın temsilcileri olarak dikkate alınmaktadır.

Genel mantık çerçevesinde, web sitelerinin ziyaret ve işlem kapasitelerinde etkili olabilecek değişkenlere ilişkin bir değerlendirme yapıldığında reel dünyadaki temel kuralların sanal ortamlar için de geçerli olduğu yargısına ulaşmak olanaklıdır. Buna bağlı olarak da 'bütünsellik' ve 'müşteri memnuniyeti' gibi örgütsel başarıyı temsil eden kriterlerin dijital ortamlarda da geçerli olduğu yargısı kabul görmektedir. Bu doğrultuda web sitelerinin hedef kitleleri bağlamında amaca yönelik olarak 'estetik' ve 'işlevsel' biçimde tasarlanmaları gerektiği ilkesinden hareketle masaüstü yayıncılık için geçerli olan pek çok temel tasarım kriterinin dijital ortamlara da uyarlanabileceği sonucu ortaya çıkmıştır. Bu çalışmada masaüstü yayıncılık için geçer-

li olan tasarım kriterleri çerçevesinde web sitesi tasarımında dikkate alınması gereken ölçütler belirlenmiş ve bu ölçütler, Türkiye'deki destinasyon web sitelerine yönelik yapılan değerlendirme kapsamında kullanılmıştır.

### 1. BİR TASARIM ALANI OLARAK WEB SİTELERİ

Bir web sitesinin arayüzü, metinler, grafik elemanlar, bağlantılar, biçimlendirmeler ve sitenin genel kalitesini etkileyen pek çok etkenden oluşan karmaşık bir yapıdır (Ivory & Hearst, 2002: 56). Tek tek yerleştirilen her bir bileşen, bütüne hizmet etmek üzere yapılandırıldığından birbiriyle bağlantılıdır ve/veya bağlantılı olmak durumundadır çünkü 'estetik' ve 'işlevsellik' site ziyaretçileri tarafından bütünsel olarak algılanır.

Web sitelerinde tasarımın çeşitli perspektifler dikkate alınarak oluşturulduğu görülmektedir. Bu perspektifler şu şekilde sınıflandırılmaktadır (Conte vd., 2008: 109):

- Kavramsal: Alan uygulamasını oluşturan kavramsal elemanları temsil etmektedir.
- Sunum: Arayüz elemanlarının sıralama ve taslak uygulamalarıyla ilgili olan karakteristiklerini temsil etmektedir.
- Dolaşım (navigasyon): Dolaşım alanını, bilgiye erişim elemanlarını ve bu elemanların düzenini tanımlamaktadır.
- Yapısal: Bileşenleri ve düzeni doğrultusunda uygulamanın nasıl yapılandırıldığına bir diğer ifade ile uygulamanın yapısal ve mimari özelliklerini temsil etmektedir. Kavramsal tasarım perspektifi, içerik bileşenlerinin tanımlanarak gruplanması ile ilgili sitenin içerik yapısını yansıtmak üzere dikkate alınmaktadır. Site içinde gezinimi sağlayan dolaşım çubuk-

ları ve bağlantıların yapılandırılmasını kapsayan dolaşım perspektifi, kullanıcıların bilgiye erişimini ve etkileşimini kolaylaştırmada tasarımcı tarafından dikkate alınmak durumundadır. Sunum perspektifi sitede yer alan öğelerin algısal sıralamasını ve okunaklılığı bağlamında ifade edilirken yapısal perspektif, siteye ait fonksiyonların yani yüklenme süresi, reklamlar, açılır pencereler vb. etkisi ile şekillenen kullanıcı deneyimlerini ön planda tutmaktadır. Bir diğer ifade ile metinler, bağlantılar ve grafikler bir web sitesinin yapı taşlarıdır.



Şekil 1: Web Sitesi Mimarisi Basamakları

**Kaynak:** Ivory, Melody & Hearst, Marti (2002). Improving Web Site Design, **Internet Computing**, IEE, School of Manage, California University, Vol.6, Issue 2, p.57.

Web sitelerinin kullanıcılarının, herhangi bir alanda kalış sürelerini ve ziyaret sıklıklarını etkileyen en önemli iki faktör 'kullanım kolaylığı' ve 'hız' olarak gösterilmektedir (Cox, Dale, 2002: 864). Bu iki bileşen beklentileri karşılamazsa birey, o anda bir başka siteye geçiş yapabilmektedir ve dolayısıyla zayıf olarak tanımlanabilecek site, müşterisini kaybedebilmektedir. İşte bu nedenle Şekil 1'deki basamakların takibi ve hedeflere göre yapılandırılması bir zorunluluktur. Öte yandan her bileşenin bütünü temsil ettiği asla unutulmamalıdır. Bir diğer ifadeyle web sitelerinin tasarımında en kritik nokta amaçlar ve hedef kitledir. Bunlar net biçimde belirlendiğinde web sitesinin işlevi netleşir ve tasarımda kullanılacak metinlerden görsel objelere, hiper linklerden animasyonlara kadar sayısız değişken kolaylıkla seçenekler arasından tespit edilebilir hale gelmektedir.

Bir web sitesinin 'kullanıcı dostu' ve 'işlevsel' olarak tanımlanmasında içerik ve tasarım ana belirleyicilerdir. Web sitesinin sahibi konumundaki örgütlerin stratejik hedefleri paralelinde belirlenen içerikte bilgi her şeydir. Bilgisayar kullanıcı arayüzü tasarımında doğru bir etkileşim sağlamanın on temel kuralı vardır. Bunları şu şekilde ifade etmek mümkündür (Apple'dan aktaran Özcan, 2003: 57):

- Benzeşik şekillerin kullanımı
- Doğrudan işleme
- Görünürlülük
- Tutarlılık
- Önceden sezinilir olma
- Kullanıcı kontrolü
- İpuçlarıyla uyarı ve diyalog
- Affedici olma (kullanıcının hatalarını telafi edebilme)
- Standart algılama
- Estetik uyum

Görüldüğü üzere bilgiye bireylerin kolayca erişimini sağlayan, güncel bilgileri sistemde vurgulayan, sistemi kullanıcıyla etkileşimli kılan unsurların büyük bir oranı ancak en çok 'estetik

uyum' kuralı, görsel tasarım ve bileşenleri ile ilişkilidir. Estetik, görsel iletişim yapbozunun en önemli parçalarından biridir (Dake, 2005:3). Estetik uyumun web tasarıma yansımaları olan, içeriğin sunum biçimi olarak arayüzün görsel tasarımı, kullanıcıda ilk izlenimi yaratan unsur olması itibari ile web sitelerinin etkinliğinde kritik rol oynayan faktörlerin başında gelmektedir.

## 2. WEB SİTELERİNDE GÖRSEL TASARIM VE ÖĞELERİ

Günümüzde görselliğin olduğu her alanda önemi ve etkisi tartışılmaz hale gelmiş olan tasarım unsuru, görsel çalışmalarda dikkate alınmadığında tüm emeklerin boşa gitmesine neden olmaktadır. Etkin bir tasarımın belirleyicileri ise tasarımın izleyicileri bağlamında şekillenmektedir. Bu doğrultuda etkin bir web tasarımının en kritik noktası, kullanıcı konumundaki birey olarak ön plana çıkmaktadır. Bir web sitesi, kullanıcılarının istek ve beklentilerini karşılayamadığında işlevini yerine getiremediği için varlığını koruyamamaktadır. Nasıl ki kişilerarası iletişimde 'ilk izlenim' fiziksel unsurlara göre oluşmaktaysa ve iletişimin gidişatını önemli ölçüde etkilemekteyse, bir web sayfasının tasarımı da kullanıcı nezdinde sitenin sahibi olan kişi, kurum ya da kuruluş hakkında sonradan değiştirilmesi çok zor olan ilk izlenimleri aktarmaktadır. Dolayısıyla bir internet kullanıcısının herhangi bir web sitesini ziyaret ettiği anda ilk dikkate aldığı hususun, bir diğer deyişle ilk izlenimi oluşturan unsurun tasarım olduğunu söylemek mümkün olmaktadır. Renkler, grafikler, animasyonlar, tipografi ve diğer öğelerin konumlandırılması gibi çeşitli değişkenlerden oluşan bu alandaki yerleşim, kullanıcıların davranışsal tepkilerinin yönünü belirlemektedir.

Web sitelerinde tasarım hedef kitlenin beğenilerine hitap ederek onları daha fazla etkilemek yönünden büyük önem taşımaktadır. Yapılan araştırmalar, kullanıcıların beklentilerinin şu yönlerde olduğunu göstermektedir (Yılmaz, 2000): Hız, Sadelik, Kullanılabilirlik, İçerik ve Uyumluluk.

Bir web sitesi tasarlanırken öncelikle dikkate alınacak unsurlar, web sitesinin hedef kitlesi, amacı ve içerik kapasitesidir. Web sitesi tasarlanırken bu üç unsur ile tasarım arasında uyum oluşturulabilirse, web sitesi, kullanıcılarının beklentilerinden biri olan 'uyumluluk' özelliğini taşıyacak ve dolayısıyla da ilgili kurum ya da kuruluşun başarısına katkı sağlayacaktır. Söz konusu uyumu sağlamada dikkate alınan tasarım öğeleri; renk, yapı, tipografi ve kullanılan görsel objelerdir. Bunlar kısaca şu şekilde açıklanabilir:

**Renk:** Görsel algılamada önemli bir yer tutan renk, insan psikolojisi üzerinde büyük ölçüde etkide bulunabilmektedir. Tasarımda renklerin birçok farklı işlevi vardır. Kimi zaman bir öğeyi ön plana çıkarmada yardımcı, kimi zamansa izleyicileri belirli bir amaca yönlendirmede etken olarak kullanılmaktadır. Renk, aynı zamanda doğal bir çekicilik unsurudur (Uçar, 2004: 45).

Bir web sayfası tasarımında renklerin kullanımına ilişkin belirli ölçütler bulunmaktadır. Bunlar:

- Sayfada kullanılan farklı renklerin sayısı
- Web sayfasında kullanılan renklerin bir arada ve tek tek psikolojik etkileri (sıcak – soğuk)
- Kullanılan renklerin sayfa içinde birbirleri ile uyumu (zıt – tamamlayıcı)
- Kullanılan renklerin sayfa içinde birbirleri ile uyumu (zıt – tamamlayıcı)

Bu ölçütlerin uygun şekilde dikkate alınması tasarımın estetik ve psikolojik etkinliğinde önemli bir rol oynamaktadır.

**Yapı (görsel hiyerarşi, mizanpaj ve denge):** Tasarımcı görsel hiyerarşiyi amacına uygun şekilde kullandığı takdirde, mesajını etkin şekilde kurgulayarak izleyicisine iletebilmektedir (Uçar, 2004: 153). Her görsel tasarımda izleyicinin sayfa içindeki öğeleri doğru bir sırada algılaması ve sayfanın istenilen etkiyi yaratabilmesi için hiyerarşik yapıyı oluşturan ölçütler göz önüne alınmalıdır:

- Sayfadaki denge (simetrik, asimetric, denge yok)
- Görsel öğelerin kullanımı (yatay – dikey)
- Sayfadaki boşluklar (negatif alanlar)
- Kullanılan öğelerin sayısı (sade, karmaşık): Çok fazla sayıda görsel öğe kullanımı sayfa tasarımında problem yaratmaktadır.
- Önem sırasına göre dikkati çeken öğeler sıralaması (parlak renkli, büyük, gözün algılama haritası)
- Ön plana çıkarılan öğe sayısı

Sıralanan ölçütlerin izleyicide bırakılan etkinin yönünü belirlemesi, sayfanın etkililiğini artırması ya da azaltması nedenleriyle dikkate alınması gerekliliği söz konusudur.

**Tipografi:** Önceden tasarlanan, kalıbı hazırlanarak dökülen ve genel olarak yazılı iletişimin bütün alanlarında kullanılan harf, sayı, sembol, çizgi ve noktalama işaretleri tipografik karakterler olarak anılmaktadırlar (Becer, 2002: 176). Bir web sayfa tasarımında en önemli öğelerden biri de tipografidir. Bu öğeler, kullanılan metinlerin gösterim şekillerinden oluşmaktadır. Sayfada asıl anlatılmak istenen konu, metinlerle ifade edilmiştir. Bu doğrultuda sayfada kullanılan tipografik öğeleri değerlendirmede belirli ölçütler bulunmaktadır:

- Kullanılan yazı tiplerinin sayısı
- Kullanılan yazı tipinin okunaklılığı
- Kullanılan metinlerdeki harf arası boşlukların tutarlılığı (espas)
- Satır uzunluğu (en fazla 50 karakter)
- Kullanılan yazı tipinin hedef kitle ile uyumu
- Kullanılan puntolar (harf ebadı ve okunaklılığı)
- Büyük – küçük harf kullanımı
- Satırlar arası boşluk (kelime yüksekliğinin ½'si kuralı)
- Kullanılan dikkat çekici tipografik öğeler (kalın, italik, altı çizili, renkli)
- Başlıkların kullanımı
- Başlık – metin arası boşluk kullanımı
- Kısaltmalar
- Metinlerin diziliş şekli (Sola dayalı, ortalı, sağa dayalı, iki yana dayalı)

En somut bilgiyi metinlerin verdiği, metinlerin de tipografik öğelerden oluştuğu göz önüne alındığında metinlerin sayfadaki kullanım ve yerleşim biçimi okunaklılığı sağlamada en temel ölçüt olarak görülmektedir.

**Kullanılan görsel objeler (resim, fotoğraf, grafik ve illüstrasyonlar):** Görsel objeler semboller, diyagramlar ve illüstrasyonları kapsamaktadır (Lee & Boling, 1999: 4). Bir web sayfası tasarımında kullanılan resim, fotoğraf, grafik ve illüstrasyon gibi öğelerin sayfanın genel uyumluluğunu bozmaması, karmaşa yaratmayacak şekilde kullanılması gerekmektedir.

Sayfada görsel öğelerin kullanımına ilişkin belirli ölçütler bulunmaktadır:

- Arka planda resim kullanımı (karmaşık, estetik)
- Görsel objelerde sunulan mesajlar (her bir objede tek öğe)
- Görsel objelerin metinle ilgiliği
- Görsel objelerin kadrajlaması

Sayfada kullanılan görsel objeler sayfanın okunaklılığına, anlam bütünlüğüne katkı sağlamakta ya da sayfanın anlamlılığını tamamen yitirmesine neden olmaktadır. Sade, anlaşılır, doğru şekilde kadrajlanmış, net görsel öğeler sayfanın etkinliğini artırmakta ya da azaltmaktadır.

### 3. DESTİNASYON WEB SİTELERİNDE TASARIMIN ÖNEMİ

İngilizce kökenli 'Destination' kelimesi Türkçe'de 'Destinasyon'; pazarlama alanında ise turizm pazarlaması bağlamında 'Destinasyon Pazarlaması' şeklinde kullanılmaktadır. Türk Dil Kurumu Büyük Türkçe Sözlük'te (<http://tdkterim.gov.tr/bts/>) destinasyon, 'varılacak olan yer' olarak tanımlanmaktadır. Destinasyon, turizmin olmazsa olmaz bileşenlerinden biri iken; derecesi değişmekle birlikte turizm, bir destinasyonun gelişimini etkileyen en önemli ekonomik ve sosyal faaliyetlerden biri olarak görülmektedir (Özdemir: 2008, 7). Çok basit anlamıyla ziyaret edilen yer anlamını taşıyan turizm destinasyonları, çeşitli turistik değerlere ve özelliklere sahip ve turistlerin seyahati süresince ihtiyaç duyabileceği turistik ürünlerin tamamını veya bir kısmını sunabilen coğrafi bir mekân olarak tanımlanabilmektedir (Atay: 2003). Ayrıca turizm sektöründe destinasyon kavramı, coğrafi yerleşim birimlerini gibi bir otel ya da tatil köyünü ifade etmek için de kullanılabilir.

Günümüzde oteller, tatil köyleri vb. destinasyonların pazarlama işini sıklıkla seyahat acentelerinin; coğrafi yerleşim birimlerinin tanıtımını ise bakanlıklar ve yerel yönetimlerin üstlendikleri görülmektedir. Seyahat acenteleri, reklamlarını etkili bir şekilde farklı ortamlarda gerçekleştirirken, coğrafi yerleşim birimlerinin tanıtımları bakanlık ve belediyelerin internet sitelerindeki bilgiler, tanıtım broşürleri, sosyal medyadaki bireysel yorumlar ve tavsiyelerden öteye geçememektedir. İl ve ilçeler bazında turizm sektörünü canlandırmak için gerekli olan destinasyon pazarlaması, turizm sektörünün önemini gitgide arttığı günümüzde dikkat çekici bir pazarlama alanı olarak ön plana çıkmaktadır. Turizm, dünya çapında genişledikçe destinasyon pazarlamasında yeni fırsatlar sunmaktadır. Bu bağlamda erişilebilir ve kullanılabilir turist mekanlarının sayısının gittikçe artmasına karşın köklü mekan kimlikleri, eski gücünü kaybetmekte ve yeni ortaya çıkan turizm bölgeleri arasındaki rekabet artmaktadır (Morgan, Pritchard: 2005, 372). Yoğunlaşan rekabet, hem yerel yönetimlerin hem de konaklama tesislerinin pazarlama iletişimi çabalarına ayrıca önem vermelerine neden olmaktadır. Özellikle yerel yönetimlerin, bölgeleri dahilindeki sosyal tesislerine ilişkin tanıtım faaliyetlerinin kapsamının her geçen gün genişlediği belirlenmektedir.

Günümüzde herhangi bir konuda bilgi almak isteyen bir bireyin ilk yaptığı iş, internet ortamında yer alan arama motorlarından herhangi birine aradığı bilgiye ilişkin kelimeleri yazarak araştırmaktır. Bu nedenle de artık kurum ve kuruluşların web sayfaları, ilk izlenimin oluşturulduğu



alanlar olarak ön plana çıkmaktadır. Özellikle de turizm sektöründe bir destinasyona ilişkin bilgi almanın en kolay yolu internettir. Böylesi önemli bir potansiyeli olan iletişim aracının dikkatle tasarlanması da hem turizm acenteleri hem tesisler hem de turistik yerleşim birimleri açısından hayatidir.

Tasarım ise ilk izlenimi yaratan öncelikli unsurdur. Hem olumlu izlenimin oluşturulması hem de kullanıcıların beklentilerinden biri olan uyumluluğun yakalanabilmesi için destinasyon web sayfası tasarımında, web sayfası görsel tasarım kriterlerine dikkat edilmesi gerekmektedir. Genel olarak turizm sektöründe kullanılan web sayfaları Türkiye örneğinde incelendiğinde şöyle bir sonuca ulaşılabilir:

Turistik tesisler ve seyahat acentelerinin web sayfaları ticari kaygılar nedeniyle daha etkin tasarlanmaktadır. Ancak şehir destinasyonlarının tanıtımında başvuru web sitelerinin dijital dünyanın etkileşimlilik kriterlerine uygun olmalarına rağmen işlevsel olmadıkları izlenmektedir. Günümüzde, herhangi bir konuya ilişkin bilgi arama sürecinde kullanıcı konumundaki birey, ilk olarak internetteki arama motorları yardımıyla araştırma yaparak ilgili web sayfalarına ulaşmakta ve sonrasında veri tabanları olarak dikkate aldığı web sitelerini tıklayarak ayrıntılı bilgi edinmeye yönelmektedir. İlgili site, bilgiye erişim ve bilgi içeriği bağlamında kendisini tatmin etmiyorsa kısa sürede oradan ayrılmaktadır. Kısacası bilgi arama sürecinde web sitelerinin içerik ve fonksiyon özellikleri paralelinde ihtiyaç ve istekleri yanıtlaya yetenekleri önemli rol oynamaktadır ki, işte bu noktada da yapılacak değerlendirmenin önemi belirginleşmektedir.

#### 4. TÜRKİYE'DEKİ DESTİNASYON WEB SİTELERİNİN BULUŞSAL DEĞERLENDİRME YÖNTEMİYLE GÖRSEL TASARIM ETKİNLİĞİNİN BELİRLENMESİ

Yakın geçmişte turizm sektörünün ve turizm hareketinin çağrışımları dikkate alındığında ilk akla gelen 'deniz, kum ve güneş' üçlüsüdür. Çağcıl yaşamda ise 1980'li yıllarda başlayan, 1990'larda büyük hız kazanan teknoloji ve bilgi temelli değişimler paralelinde yoğunlaşan bilgi akışı, yeni müşteri, yeni ürün, yeni üretim, yeni iletişim vb. türlerini şekillendirmektedir. Yaşanan değişimlerin bireylerin ilgi odaklarında da dönüşüm yaratması neticesinde turistik hareketlerin rotası ve dolayısıyla turizm sektöründeki faaliyet alanları da farklılaşmaktadır. Bu bağlamda yaşanan küreselleşme döneminde ürünlerde izlenen

kişiselleştirilmiş üretim yaklaşımının bir hizmet sektörü olan turizmde yansımaları ve çıktısı, bireysel ilgi alanlarının dikkate alınması suretiyle alternatif turizm modellerinin geliştirilmesi olmuştur.

Ulusal kalkınma aracı olarak yorumlanan turizm sektörü, yaşanan değişimler ile uluslararası platformda ekonomiden politikaya kadar çeşitli alanlarda önemli etkiler yaratan bir faaliyet haline almıştır. Uluslararası boyuta taşınan turizm faaliyetleri, kişisel talep, istek ve ihtiyaçlarla bütünleştirildiğinde özellikli üretimler çeşitlenmiş, bireysel merakların dikkate alınmasıyla belirli yerleşim alanları yeni turistik arenalar olarak belirlenmiş ve dolayısıyla sektör; yöresel, bölgesel ve şehirselleşmenin bir aracı haline gelmiştir. Aynı zamanda bu yeni turizm alanları ile 'Destinasyon' kavramı ve 'Destinasyon Pazarlaması' yaklaşımı yeniden tanımlanmıştır.

Günümüzde destinasyonların yönetimi, turizm sektörünün en kritik noktalarından biri olarak dikkate alınmaktadır. Destinasyonların yönetiminde öncelikle mevcut kültürel ve turistik varlıklardan yola çıkılmaktadır. Kültürel ve turistik değerler, ilgili destinasyonda yer almıyorsa yönetimler, görülmeye değer eserler üretmek suretiyle ülke ve/veya bölgelerini cazip hale getirmektedir. Bu bağlamda söz konusu yöreler, bölgeler ve özellikli olarak da şehirler, belli bir yaşam tarzı eşliğinde sunulmuş değer yaratılması hedeflenmektedir. Yürütülen pazarlama iletişimi faaliyetleri paralelinde söz konusu şehirlere ait doğal, kültürel vb. çekicilik faktörleri dikkate alınmakta ve bunların hedef kitlelerle paylaşımı da multimedya özelliklerini bünyesinde barındırması nedeniyle günümüzün en etkili iletişim araçlarından biri olan internet ve tabii ki buradaki web siteleri aracılığıyla gerçekleştirilmektedir.

İstatistikî verilere göre 2011 yılında dünya nüfusunun %32,7'si internet kullanmıştır ve bu sayı her geçen gün artmaktadır (<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>) (Bkz. Tablo 1). Pingdom'un verilerine göre ise 2011 yılında dünya genelinde 3.146 milyar e-posta hesabı sayısına ulaşılmış; 2010 yılında 255 milyon olan web sitesi sayısı, 2011 yılında 555 milyon adede yükselmiştir (<http://royal.pingdom.com/2012/01/17/internet-2011-in-numbers/>). Bu bağlamda irdelendiğinde dünya genelinde en önemli ve temel iletişim araçlarından biri haline geldiği görülen internette, Türk turizm sektörünün tanıtım çalışmaları incelendiğinde, turistik tesislere ait internet sayfalarının profesyonelce hazırlandığının dikkati çekmesine karşın; yöre, bölge veya şehirlere ait tanıtımların yapıldığı web sayfalarının özellikli olarak iletişim etkinliği açısından eksiklikler barındırdıkları belirlenebilmektedir.

Dünya Bölgeleri	Nüfus (2011 Est.)	İnternet Kullanıcıları 31 Aralık 2000 itibarıyla	İnternet Kullanıcıları Son Veriler	Yaygınlık (Nüfus Yüzdesi)	Büyüme Oranı 2000-2011	Tablonun tamamındaki kullanıcı yüzdesi
Afrika	1,037,524,058	4,514,400	139,875,242	13.5 %	2,988.4 %	6.2 %
Asya	3,879,740,877	114,304,000	1,016,799,076	26.2 %	789.6 %	44.8 %
Avrupa	816,426,346	105,096,093	500,723,686	61.3 %	376.4 %	22.1 %
Orta Doğu	216,258,843	3,284,800	77,020,995	35.6 %	2,244.8 %	3.4 %
Kuzey Amerika	347,394,870	108,096,800	273,067,546	78.6 %	152.6 %	12.0 %
Latin Amerika / Karayipler	597,283,165	18,068,919	235,819,740	39.5 %	1,205.1 %	10.4 %
Okyanusya / Avus- tralya	35,426,995	7,620,480	23,927,457	67.5 %	214.0 %	1.1 %
<b>DÜNYA TOPLAM</b>	<b>6,930,055,154</b>	<b>360,985,492</b>	<b>2,267,233,742</b>	<b>32.7 %</b>	<b>528.1 %</b>	<b>100.0 %</b>

**Kaynak:** World Internet Usage And Population Statistics (2011) Erişim: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

### **Buluşsal Değerlendirme Konusu ve Kapsamı:**

İnternet sitelerinin etkinliğinin değerlendirilmesinde trafik verileri kullanılmaktadır. Ancak, bir web sitesi tasarımı gerçekleştirilmeden önce, web sitesinin kullanılabilirliğinin öngörülmesine dair biçimsel yöntemlere başvurulması oldukça güç olarak görülmektedir. Konuya ilişkin bilgisayar bilimleri alanında ‘bilgisayar – kullanıcı etkileşimi’ üzerine çalışan kullanılabilirlik uzmanı Jacob Nielsen ve Rolf Molich, kullanıcı arabirimlerini değerlendirmede 4 farklı yöntemin olduğunu öne sürmektedirler (Nielsen & Molich, 1990: 249):

- Biçimsel analiz teknikleri
- Bilgisayarla işletilen otomatik yöntemler
- Deneme kullanıcılarının deneyimleriyle deneysel yöntemler
- Bir kişinin arayüzü incelemesiyle yapılan buluşsal değerlendirme

Arayüzün estetik yönden değerlendirilmesinde ilk yöntemin bugüne dek hiç kullanılmamış olması; ikinci yöntemin görsel tasarım alanına uygulanamaz olması; üçüncü yönteminse zahmetli, pahalı ve uzun zaman alan bir yöntem olması nedenleriyle buluşsal değerlendirme yöntemi, web sitesi arayüzlerinin yayına girmeden önce değerlendirilmesinde uygulanabilir bir seçenek olarak görülmektedir. Gerçek hayatta pek çok kullanıcı arayüz değerlendirmelerinde buluşsal yöntemi kullanmakta, ancak bu tür değerlendirmenin ‘değersiz’ olarak nitelendirildiği dönemden beri çoğu araştırmacı söz konusu değerlendirmeye ilişkin bilgi sahibi olamamaktadır (Nielsen & Molich, 1990: 249). Buluşsal değerlendirme yöntemiyle arayüz değerlendirmede, özellikle değerlendirme konusu ile ilişkili bir alanda uzmanlaşan kullanıcıların değerlendirmelerine önem verilmektedir. Buluşsal değerlendirme; web arayüzüne bakarak neyin iyi ya da kötü olduğunu bir fikirle ortaya çıkarmaktır (Nielsen & Molich, 1990: 249). İletişimde önceliğin önem kazandığı çağımızda, web site tasarımlarının çok kısa zaman dilimlerinde gerçekleştirildiği göz önüne alındığında, buluşsal değerlendirme yöntemleri, nitel değerlendirme yöntemleri olarak, site yayınlanmadan önce ve sonra değerlendirme yapılmasına olanak tanıyarak iletişim etkinliğine katkıda bulunacak ve çalışmaların hızla tamamlanmalarına olanak tanıyacak değerlendirme ölçütleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışmada web sayfalarının kullanılabilirliğinde büyük önem teşkil eden arayüzlerin görsel sunumlarına ilişkin bir buluşsal değerlendirme yapılmaktadır. Kullanılabilirlik prensibine dayalı buluşsal yöntemin uygulanmasında, kapsamlı bir literatür taramasıyla ortaya çıkarılan tasarım kriterleri “buluşsallar” olarak ele alınmıştır. Dolayısıyla söz konusu değerlendirme etkin bir görsel tasarımın taşınması gereken nitelikler bağlamında sınıflandırılarak yapılmıştır. Gerçekleştirilen literatür araştırması neticesinde belirlenen tasarım öğeleri çerçevesinde buluşsal değerlendirme modülü\* oluşturulmuştur. Değerlendirme kapsamına alınan destinasyon şehirler, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belirlenen ‘Turizmi Geliştirilecek Marka Kentler’ bağlamında seçilmiştir. bir görsel tasarımın taşınması gereken nitelikler bağlamında sınıflandırılarak yapılmıştır. Gerçekleştirilen literatür araştırması neticesinde belirlenen tasarım öğeleri çerçevesinde buluşsal değerlendirme modülü\* oluşturulmuştur. Değerlendirme kapsamına alınan destinasyon şehirler,

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belirlenen ‘Turizmi Geliştirilecek Marka Kentler’ bağlamında seçilmiştir.

### **Örneklem Seçimi:**

Çalışmada tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden, “Yargısal (Kasıtlı) Örnekleme (Kurtuluş, 2010: 64)” yöntemi kullanılmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı ‘Türkiye Turizm Stratejisi’ (<http://www.kultur.gov.tr/TR/dosya/1-70089/h/ttstratejisi2023.pdf>) kapsamında ‘Turizmi Geliştirilecek Marka Kentler’, şehir turizmi bağlamında Ankara, İstanbul, İzmir, Antalya; kültür turizmi bağlamında ise Adıyaman, Amasya, Bursa, Edirne, Gaziantep, Hatay, Konya, Kütahya, Manisa, Nevşehir, Kars, Mardin, Sivas, Şanlıurfa ve Trabzon olarak örneklem belirlenmiştir. ‘Şehir’ ve ‘kültür’ turizmi bağlamında ele alınan şehirlerin web sitelerinin tasarım değerlendirilmesi, Kültür ve Turizm İl Müdürlüklerine ait internet sitelerinin ana sayfaları üzerinden gerçekleştirilmiştir. İlgili web sitelerinin, ‘Google Arama Motoru’ üzerinden yapılan tarama neticesinde ilk sayfada yer almaları ve ilk 5 sonuç değerlendirmesinde söz konusu şehirlere ilişkin en objektif ve etkili tanıtım çalışmalarının yürütüldüğü alanlar olarak tespit edilmeleri neticesinde dikkate alınmıştır. Aynı zamanda Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı olan Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri tarafından hazırladıkları belirlenen web siteleri, iletişim sürecinde bütünsellik kriterinin de değerlendirmeye alınabilmesi adına tercih edilmiştir. Bu çerçevede değerlendirilmesi gerçekleştirilecek sitelere erişimde, google arama motoruna; ‘şehir adı + turizm’ anahtar kelimeleri yazılarak tarama gerçekleştirilmiştir.

Değerlendirmede, görsel tasarımın dört temel bileşeni olan ‘renk’, ‘yapı’, ‘tipografi’ ve ‘görsel obje’ kriterlerine ilişkin alt açılımlar, aranan niteliklerin var olup olmasına bağlı olarak (+) ve (-) puanlama yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Ana kriterlerin alt bileşenleri olarak genel toplamda 23 adet değerlendirme sorusu belirlenmiştir. Her bir şehrin kültür ve turizm il müdürlüklerine ait sitelerin görsel tasarımlarının puanlanması neticesinde elde edilen veriler ile tasarımların bütünlük pazarlama iletişimi ve etkinlik adına iyileştirilmesi için öneriler sıralanmıştır. Belirlenen kriterlerin internet sitelerinde olumlu ya da olumsuz olarak değerlendirilmesindeki alt sorgu kriterleri (buluşsallar) şu şekilde belirlenmiştir:

### **A.Renk**

**1. Sadelik:** 3 ila 4 farklı renkten fazlasının kullanımı tasarımda karmaşa yaratacaktır, tasarımlarda bu ilke dikkate alınmış mı?

\* Conte ve arkadaşlarının Web Usability Inspection Technique Based On Design Perspectives başlıklı buluşsal değerlendirme yönteminin kullanıldığı çalışması referans olarak alınmıştır.

**2. Uyum:** Karşıt ve komşu renk uyumu ile nötr renklerin kombinasyonları ve armoni gibi genel renk değerlendirme ilkelerine uyulmuş mu? Renklerin kullanımında hakim renk kullanımı var mı? Hakim renk benzer ya da kontrast renklerle desteklenmiş mi?

### **B.Yapı (görsel hiyerarşi, mizanpaj ve denge):**

**1. Denge:** Simetrik veya asimetrik denge var mı?

**2. Negatif alan:** Sayfa tasarımında izleyici gözünü rahatlatacak boşluklar yer almakta mı? Çerçeveler etrafında yeterli boşluklar var mı?

**3. Yalnlık:** Çok fazla sayıda karmaşık öge kullanımı tasarımın yalnlığını bozacaktır Bu nedenle az sayıda görsel öge

kullanılması ya da kullanılan görsel öğelerin doğru şekilde konumlandırılması gerekmektedir. Sayfadaki öğeler yeterince sade mi?

4. **Önem sırası:** Önemli öğeler mi, önemsiz öğeler mi ön planda görülüyor? Kullanılan tasarım öğelerinin önem sırası uygun mu?

5. **İlişkili öğeler:** Birbirleriyle ilişkili öğelerin arasındaki ilişki belirtilecek şekilde sayfa düzenlemesi yapılmış mı?

### C. Tipografi

1. **İçerik uyumu:** Kullanılan yazı tipleri içerik ile uygun görünüyor mu?

2. **Okunaklılık:** Kullanılan yazı tipi okunaklı mı? Gerek-siz yere tırnaklı, serifli yazı karakteri kullanımı var mı?

3. **Espas:** Harf arası boşluklar yeterli mi?

4. **Satır uzunluğu:** Satır uzunluğu en fazla 50 karakter olmalıdır. Bu kurala dikkat edilmiş mi?

5. **Punto:** Kullanılan puntolar çok mu küçük ya da büyük? Uygun puntolar kullanılmış mı?

6. **Satır arası boşluk:** Satırlar arası boşluklarda kelime yüksekliğinin ½'si kuralı vardır. Bu kurala dikkat edilmiş mi?

7. **Dikkat çekici tipografik öğe:** Belirli kelime ya da karakterlere "kalın, italik, altı çizili, renkli" gibi belirteçler uygulanmış mı? Uygulandıysa bu uygulama gerekli midir? Uygulanmadıysa uygulanmalı mıdır?

8. **Başlık:** Başlıklar renk, büyüklük, karakter, yerleşim yönünden tasarıma uygun mu?

9. **Yabancı dil:** Turistik bir sayfada olmazsa olmaz olan yabancı dil seçeneği var mı?

10. **Hareket:** Sayfada akan yazılar okuma hızı bakımından uygun mu?

### D. Kullanılan görsel objeler (resim, fotoğraf, grafik ve illüstrasyonlar)

1. **Fon görseli:** Arka planda kullanılan görsel obje karmaşa yaratıyor mu? Metinlerin okunmasına engel oluyor mu? İçerik ile uyumlu mu?

2. **Mesaj:** Her bir objede tek mesaj kuralına uyulmuş mu?

3. **Metinle ilgililik:** Kullanılan görsel objeler metin ile ilgili mi?

4. **Kadraj:** Kullanılan görsel objelerdeki kadrajlama uygun mu?

5. **Yön:** Kullanılan görsel objelerin yönü, sayfayı okutacak şekilde mi?

6. **Hareket:** Sayfada kullanılan hareketli görsel objeler sayfanın genel yapısına uygun mu?

### Bulgular ve Değerlendirme:

Toplamda 19 şehire ait web sitesinin tasarım öğelerinin değerlendirildiği bu çalışmanın ilk aşamasında renk faktörü dikkate alınarak sadelik ve uyum alt kriterleri incelenmiştir. Bu bağlamda tasarımın temelleri itibarıyla sadelik 3-4 renk kullanımı ile sınırlandırılırken uyum ise kombinasyon, armoni, hakimiyet ve kontrastlık değişkenleri paralelinde değerlendirilmiştir.

	Şehir Turizmi				Kültür Turizmi														
Şehir	Ankara	İstanbul	İzmir	Antalya	Adıyaman	Amasya	Bursa	Edirne	Gaziantep	Hatay	Konya	Kütahya	Manisa	Nevşehir	Kars	Mardin	Sivas	Şanlıurfa	Trabzon
Renk																			
Sadelik	+	+	+	+	-	+	-	+	-	-	-	+	-	+	+	+	-	+	-
Uyum	+	+	+	+	-	+	-	+	+	+	-	+	-	-	+	+	-	+	-
Toplam	2	2	2	2	0	2	0	2	1	1	0	2	0	1	2	2	0	2	0

**Tablo 2: Destinasyon şehirlere ilişkin web sitelerinin 'renk' değişkenlerinin değerlendirilmesi**

Renk değerlendirmesine ilişkin sonuçların yer aldığı Tablo 2'den de izlenebileceği üzere Ankara, İstanbul, İzmir, Antalya, Amasya, Edirne, Kütahya, Kars, Mardin ve Şanlıurfa illerine ait web siteleri, tam puan almıştır. Gaziantep ve Hatay'a ait web sitelerinde uyum ve Nevşehir'in web sitesinde de sadelik

açısından sorunlar olduğu tespit edilmiştir. Adıyaman, Bursa, Konya, Manisa, Sivas ve Trabzon'a ait web siteleri ise tasarımda renk dengesi itibarıyla olumsuz olarak değerlendirilmiştir. Tüm bu tespitlerin yanısıra web sitelerindeki tasarım bileşenlerinin iletişim etkisi itibarıyla renk faktörü bağlamında tanımlanabilen

en önemli sorun ‘bütünsellik’ ilkesine uyulmamasıdır. Bilindiği üzere ilgili web siteleri Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı il müdürlükleri tarafından şekillendirilmiştir. ‘Ortak kurum kültürü beraberinde ortak bir tasarım dilini de getirir’ görüşü bağlamında

değerlendirilen web sitelerinin renk dağılımları genel olarak incelendiğinde, böylesi bir uyum ve dengenin mevcut olmadığı tespit edilmiştir ki, bu da iletişim etkinliği açısından negatif etki elemanı olarak yorumlanmıştır.

	Şehir Turizmi							Kültür Turizmi													
Şehir																					
Yapı	Ankara	İstanbul	İzmir	Antalya	Adıyaman	Amasya	Bursa	Edirne	Gaziantep	Hatay	Konya	Kütahya	Manisa	Nevşehir	Kars	Mardin	Sivas	Şanlıurfa	Trabzon		
Denge	+	-	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-		
Negatif Alan	-	-	+	-	-	+	-	+	-	-	-	+	-	-	-	-	-	+	-		
Yalnlık	+	-	+	-	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	+	+	-	-	-		
Önem Sırası	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-		
İlişkili öğeler	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	-	+	-	+	+	+	-	+	+		
Toplam	3	1	4	2	3	4	3	3	2	2	0	2	0	1	2	2	0	4	1		

**Tablo 3: Destinasyon şehirlere ilişkin web sitelerinin “yapı” değişkenleri yönünden değerlendirilmesi**

Şehir destinasyonlarına ait web sitelerinin tasarımlarının etkinliğinin yapısal bileşenler itibarı ile değerlendirildiği Tablo 3’den de izlenebileceği gibi hiçbiri tam puan alamamıştır. Simetrik ve asimetrik dengenin incelenmesi neticesinde Ankara, İzmir, Antalya, Adıyaman, Amasya, Bursa, Edirne ve Şanlıurfa dışındaki 11 ile ait web sitesinde denge kuralının gözetilmediği görülmüştür. İnternet kullanıcısı konumundaki bireyin ilgili siteyi ziyaret ettiğinde gerek aradığı bilgiye erişimini etkinleştiren gerekse işlem kolaylığı sunan alansal boşlukların kullanımının da İzmir, Amasya, Edirne, Kütahya ve Şanlıurfa dışında ya var olmadığı ya da yetersiz sınırlar içinde kaldığı tespit edilmiştir.

Algılama teorisi gereğince kişi çok sayıda unsurun bulunduğu bir vitrine baktığında, ihtiyacı olan ürünü görmesi güçleşmekte, bir anlamda seçici algılamayı gerçekleştirememektedir. Bunun sonucunda da davranışsal tepkinin gerçekleşmesi müm-

kün olamamaktadır ki, bu durum web site tasarımları için de geçerli olmaktadır. İlgili web siteleri de söz konusu yalnlık faktörü itibarıyla incelendiğinde 19’undan 10’unda yalnlık faktörünün dikkate alındığı görülmektedir. Tasarımda kullanılan öğelerin önem sırasına göre dizilişinde ise diğer tüm sitelerde hatalar olduğu görülürken sadece Şanlıurfa’ya ait web sitesinde sistematığe uyulduğu belirlenmektedir. Söz konusu öğeler arasındaki ilişki ve bu ilişkinin sunumu sorgulandığında da; Edirne, Konya, Manisa ve Sivas dışındaki illerin tümünde dengeli sunumlar çıkmaktadır. Değerlendirmenin örneklemine teşkil eden web sitelerinin tasarımındaki yapısal bileşenler bütünsel olarak değerlendirildiğinde görülmektedir ki; İzmir, Amasya ve Şanlıurfa dışındaki tüm illere ait web sitelerinde iletişim etkinliği bağlamında eksiklikler olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

	Şehir Turizmi				Kültür Turizmi															
Şehir	Ankara	İstanbul	İzmir	Antalya	Adıyaman	Anasaya	Bursa	Edirne	Gaziantep	Hatay	Konya	Kütahya	Manisa	Nevşehir	Kars	Mardin	Sivas	Şanlıurfa	Trabzon	
Tipografi																				
İçerik uyumu	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+
Okunaklılık	+	+	+	-	-	+	-	+	+	+	-	+	-	-	+	+	+	+	+	+
Espas	-	-	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	-	+	-	+	+	+	+
Satır Uzunluğu	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Punto	+	-	+	-	-	+	+	+	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Satır arası boşluk	+	+	+	-	-	+	-	+	-	-	+	+	-	-	-	-	+	+	+	+
Dikkat çekici tipografik öğe	-	+	+	+	-	+	-	+	-	-	-	-	-	-	-	+	-	+	-	-
Başlık uygunluğu	+	-	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	+	-	-
Yabancı Dil	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-
Hareket	+	+	-	+	-	-	+	-	+	-	-	+	-	-	-	-	+	+	+	+
Toplam	7	6	7	7	3	7	4	7	5	4	3	6	3	2	5	6	7	10	7	7

Tablo 4: Destinasyon şehirlere ilişkin web sitelerinin tipografi değişkenleri bağlamında değerlendirilmesi

Genelde 10 kriterin sorgulandığı ve bu paralelde ilgili sitelerin tipografi açısından tasarımı iletişimi etkinliklerinin denetlendiği araştırmanın üçüncü kısmında Tablo 4'deki sonuçlara ulaşılmıştır. Değerlendirme kapsamında yer alan web sitelerinin içerik uyumu, okunaklılık, espas, satır uzunluğu, punto, satır arası boşluk, dikkat çekici tipografik öge, başlık, yabancı dil ve hareket bağlamında değerlendirilmesi neticesinde Tablo 4'de de görülmekte olduğu üzere; sadece Şanlıurfa'nın web sitesi tam puan almıştır. Ankara, İstanbul, İzmir, Antalya, Amasya, Bursa, Konya, Kars, Sivas ve Trabzon'a ait web siteleri tipografik öğelerin etkin kullanımı itibarıyla ortalamanın üstünde kalmıştır

(6-7 puan). Bu tabloda en dikkat çekici nokta, Antalya ve Şanlıurfa dışındaki sitelerin tamamında yabancı dil butonunun bulunmaması olmuştur. İlgili şehirlerin dünyaya açılan vitrinleri olan bu sitelerde böylesi bir boşluğun varlığı iletişim etkinliğini tehdit eden önemli bir eksiklik olarak değerlendirilmiştir. Başlıkların uygunluğu, dikkat çekici tipografik öge kullanımı ve satır arası boşluklarda da benzer sorunların varlığı da tasarımı sürecinde tipografik öğelerin iletişim etkinliği itibarıyla aktif kullanımına özen gösterilmediğinin ana göstergeleri olarak yorumlanmıştır.

Şehir	Şehir Turizmi				Kültür Turizmi															
	Ankara	İstanbul	İzmir	Antalya	Adıyaman	Amasya	Bursa	Edirne	Gaziantep	Hatay	Konya	Kütahya	Manisa	Nevşehir	Kars	Mardin	Sivas	Şanlıurfa	Trabzon	
Fon	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	+	+	-	-	+	+	
Görseli	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	+	+	-	-	+	+	
Mesaj	-	-	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	
Metinle ilgili	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	
Kadraj	+	-	+	+	-	+	-	+	-	-	-	-	-	+	+	+	+	+	-	
Yön	-	+	+	+	-	+	-	+	+	+	-	+	-	+	+	+	-	+	+	
Hareket	+	+	+	+	-	-	+	+	+	+	-	-	+	+	+	+	-	+	-	
<b>Toplam</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	

**Tablo 5: Destinasyon şehirlere ilişkin web sitelerinin görsel obje değişkenleri bağlamında değerlendirilmesi**

Web sitelerinin görsel tasarımında kullanılan resim, fotoğraf, grafik ve illüstrasyonların yani görsel objelerin değerlendirilmesi neticesinde, değerlendirilen sitelerin 19'undan 12'sinde arka planda kullanılan objelerin karmaşa yaratmadığı, metinlerin okunmasını zorlaştırmadığı ve içerikle uyumlu olduğu belirlenmiştir. Tablo 4'den de izlenebileceği gibi Ankara, İstanbul, Adıyaman ve Manisa dışındaki tüm sitelerde verilen her objeye tek mesaj kullanım kuralına uyulduğu, kullanılan görsel objelerin metinle ilgili olduğu saptanmıştır. Görsel öğelerin

kadrajları, yönü ve hareketlilikleri genel olarak incelendiğinde uygunluğun incelenen sitelerdeki dağılımı %50 seviyesinde izlenmiştir. Bu bağlamda görsel objelerin kullanımında İzmir, Antalya, Edirne, Manisa, Nevşehir, Kars ve Şanlıurfa illerine ait web siteleri başarılı bulunmuştur. Dolayısıyla bütünselliğin yakalanması adına örnek bir model belirleyerek uygulamanın tüm alanlara yaygınlaştırılmasının önemi bu noktada da tespit edilmiştir.

	Şehir Turizmi				Kültür Turizmi														
Şehir																			
Genel	Ankara	İstanbul	İzmir	Antalya	Adyaman	Amasya	Bursa	Edirne	Gaziantep	Hatay	Konya	Kütahya	Manisa	Nevşehir	Kars	Mardin	Sivas	Şanlıurfa	Trabzon
Renk	2	2	2	2	0	2	0	2	1	1	0	2	0	1	2	2	0	2	0
Yapı	3	1	4	2	3	4	3	3	2	2	0	2	0	1	2	2	0	4	1
Tipografî	7	6	7	7	3	7	4	7	5	4	3	6	3	2	5	6	7	10	7
Görsel Obje	3	4	6	6	2	5	4	6	4	4	2	3	1	6	6	5	3	6	4
<b>Toplam</b>	<b>15</b>	<b>13</b>	<b>19</b>	<b>17</b>	<b>8</b>	<b>18</b>	<b>11</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>11</b>	<b>5</b>	<b>13</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>22</b>	<b>12</b>

**Tablo 6: Destinasyon şehirlere ilişkin web sitelerinin tasarım değişkenleri bağlamında değerlendirilmesinin genel sonuçları**

Şehir destinasyonu olarak değerlendirmenin örnekleme olarak belirlenen 19 web sitesinin tasarım bileşenlerinin genel sonuçları incelendiğinde en yüksek puanı Şanlıurfa (22 puan) almıştır. İlgili sitede belirlenen en önemli sıkıntı, “yalınlık” ögesinin dikkate alınmaması olarak belirlenmiştir. Ayrıca site yabancı dil seçeneğinde İngilizce'nin yanısıra Rusça ve Almanca gibi beş farklı alternatifini barındırması nedeniyle ülkemizin şehir destinasyon tanıtımında dünyaya açılan penceresi olarak 'Etkili Bir Örnek' şeklinde değerlendirilmiştir. Sunulan dil seçeneklerinden bir tanesinin işler olmadığı tespit edilmiştir.

Şanlıurfa dışında yabancı dil seçeneği sunan tek il Antalya'dır ve burada da sadece İngilizce seçeneği yer almaktadır. Şanlıurfa ve Antalya dışında değerlendirilen hiçbir destinasyon sitesinde yabancı dil seçeneği yoktur. Bu durum, kültür ve turizm temalı destinasyon siteleri yönünden büyük bir olumsuzluktur. Gerçekleştirilen değerlendirme sonucu ikinci sırada 19 puan ile İzmir; üçüncü sırada Amasya ve Edirne; dördüncü sırada Antalya; beşinci sırada ise Ankara, Kars ve Mardin destinasyonlarının web siteleri yer almaktadır. 15 puanın altında puan alan diğer sitelerde ise görsel tasarımları bağlamında büyük eksiklikler söz konusudur. Bütünsel değerlendirildiklerinde ilgili sitelerin görsel tasarımları yönünden göze çarpan en temel sorun ise ana

sayfada çok fazla ögenin bir arada sunulmaya çalışılmasıdır. Görsel tasarımların birincil kuralının 'sadelik' olduğu göz önünde bulundurulduğunda bu durum sitelerin iletişim etkisini olumsuz yönde etkileyen engellerden bir diğeri olarak karşımıza çıkmaktadır. Özetle gerçekleştirilen değerlendirme neticesinde ülkemizdeki şehir destinasyonlarına ait web sitelerinin tasarımında ciddi sıkıntılar izlenmektedir ve bunlar iletişim etkisini olumsuz yönde etkileyecek niteliktedir.

## SONUÇ

Türkiye'nin turizm yönünden oldukça gelişmiş bir ülke olması; turizme ilişkin tanıtım çabalarına yoğun oranda ihtiyaç duyulması gibi etkenler Türkiye'ye ait turistik değerlerin etkin iletişim kanalları aracılığıyla duyurulmasına olan gereksinimi artırmaktadır. Günümüzde birçok sosyo-ekonomik amaçlı faaliyette olduğu gibi turistik harekette de ürün sorgulama-dan satın alma tepkisine kadar sayısız süreç, internetteki web sitelerinde gerçekleşmektedir. Web sitelerinin okunaklılığı ve ziyaret edilebilirliğindeki en temel etkenlerin başında ise görsel tasarım gelmektedir. Sektörel değerlendirme sonucunda görülen en temel sorunun Türkiye'de yerel yönetimlerin idaresindeki destinasyonların internet kanalıyla tanıtımlarında büyük eksik-

eksiklikler olmasıdır. Bu nedenle çalışma Türkiye'deki turistik yerel destinasyonların internet kanalıyla tanıtım çalışmaları üzerinde yoğunlaştırılmış ve gerçekleştirilen buluşsal değerlendirme sonucunda öneriler sıralanmıştır.

Çalışmanın çerçevesi itibarı ile mevcut literatür incelendiğinde web sitelerinin tasarım bileşenleri ile iletişim etkinliği arasındaki köprüyü dikkate alan yeterli sayıda çalışmanın varmadığı belirlenmiştir. Mevcut çalışmalarda içerik ve web analizlerinin, örnekleme dahil edilen sitelerin fonksiyon denetimleri ile etkileşim yetenekleri bağlamında gerçekleştirilmesine karşın iletişim sürecinde hedef etkide önemli paya sahip olan görsel tasarımın inceleme dışı kaldığı görülmüştür. Öte yandan günümüzde her geçen gün önemi belirginleşen sektör dağılımları dikkate alındığında hizmet sektörü ve özellikli olarak da turizm sektörü karşımıza çıkmıştır. Türkiye'nin turizm ve kültürel değerler yönünden oldukça zengin bir ülke olması paralelinde ulaşılan bulguların genellenmesi neticesinde de değerlendirmenin çerçevesi çizilmiştir. Değerlendirmeye ilişkin örneklemin belirlenmesinde Türkiye Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından gerçekleştirilen 'Türkiye Turizm Stratejisi' bağlamında turizmi geliştirilecek marka kentler dikkate alınmıştır. Örnekleme dahil edilen kentlerin görsel değerlendirmesi gerçekleştirilecek web sitelerinin seçiminde ise arama motorlarından çıkan sonuçlara ve sitelerin doğrudan kültür ve turizm içerikli olmasına göre hareket edilmiştir. Arama motorunda sadece 'şehir ismi' yazıldığında turizm ile ilgili - ilgisiz birbirinden çok farklı sonuçlara ulaşıldığı görülmüştür. Bu nedenle örneklem kapsamına alınacak siteler belirlenirken, değerlendirmede denklik sağlanması yönünden tek dil, tek ses, tek kaynak ilkesinden hareket edilmiştir ve şehirlerin turistik ve kültürel değerlerinin tanıtımlarını kamusal düzeyde gerçekleştiren 'Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri Web Siteleri' değerlendirme kapsamına alınmıştır.

Değerlendirme sonucunda ele alınan sitelerin tasarım anlamında bütünlüğe sahip olmadıkları görülmekle birlikte her bir destinasyonun web sitesinin ana sayfasına yerleştirilen yönlendirme butonlarının hemen her sitede aynı olduğu görülmüş ve tüm sitelerde 'Ana Sayfa, Atatürk, Genel Bilgiler, Teşkilat Şeması, Kültürel Detaylar, Turizm Aktiviteleri, Kamu Hizmet Standartları, Gezilecek Yerler, Fotoğraf Galerisi vb.' butonları olduğu tespit edilmiştir. Örneklem kapsamına alınan tüm sitelerin adreslerinin de 'www.sehiradi.kultur.gov.tr' biçiminde olması, sitelerin tamamının temelde tek merkeze bağlı olduğunun en önemli göstergesi olarak değerlendirilmiştir.

Araştırma neticesinde göze çarpan bir diğer önemli bir nokta ise turizm web sitelerinin olmazsa olmaz unsur olarak değerlendirilen yabancı dil seçeneğinin varolup olmamasıyla ilişkilidir. Ele alınan 19 destinasyon web sitesinden sadece ikisinde yabancı dil seçeneği olduğu görülmüştür. Bunlardan biri olan Antalya'nın web sitesindeki 'İngilizce' seçeneğine tıklanıldığında 'www.goturkey.com' adresli Türkiye Resmi Turizm Portalı'nın Antalya sayfasına yönlendirme gerçekleştirilmektedir.

Görsel tasarımları bağlamında ise sitelerin butonlarının tek düze yerleştirilmiş olduğu görülmektedir ki bu durum, sitenin kullanılabilirliğini olumsuz yönde etkileyen önemli bir unsurdur. Tüm mesajların ana sayfada verilmeye çalışılması iyi bir web sitesinin taşıması gereken 'yalınlık' özelliğine gölge düşürmektedir. Çok fazla ve gereksiz öğenin ana sayfada yer alması sonucu tasarımın izleyici algısındaki 'önem sırası' da yanlış şekilde oluşmaktadır ve bununla birlikte sitelerin pek çok çoğu, belediye web sitelerinin proje / aktivite tanıtım si-

tesi niteliğini taşımaktadırlar. Tüm sitelerin Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı olduğu anlaşılmasına rağmen görsel tasarım ve iletişim etkisi bağlamında bütünlük bulunmadığı izlenmektedir.

Tüm bu tespitler neticesinde belirlenen sorunlara ilişkin çözüm önerileri şu şekilde belirlenebilmektedir:

- Arama motorlarında sadece şehrin adının yazılmasıyla ilk sıralarda 'Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri'nin sitelerinin çıkması sağlanmalıdır.
- Sitelerin ana sayfalarında yer alan öğeler ana başlık butonlarıyla gruplandırılarak farklı sayfalara yönlendirmelerle içerik yalınlaştırılmalıdır.
- Tüm kültür ve turizm sitelerine en az biri İngilizce olacak şekilde yabancı dil seçeneği / seçenekleri eklenmelidir.
- Bakanlığa bağlı 'Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri' sitelerinin tamamında tasarım ve görsel tasarım bağlamında bütünlük sağlanmalıdır.
- Tüm sitelere arama motoru / site haritası seçenekleri eklenmelidir.
- Butonlar Kültürel Değerler ve Turistik Aktiviteler şeklinde iki ayrı başlıkla gruplandırılarak sol sütuna yerleştirilmelidir.
- Tüm sitelerde olması gereken butonlar, tüm sitelerde aynı standartta yer almalıdır.
- Kullanılan tüm başlıklarda aynı tarz seçilmelidir.
- Gereksiz kalın, italik, gölgeli ya da altı çizili metinlere yer verilmemelidir.
- Metin ve zemin renginin gözü yormayacak şekilde kontrast yaratması sağlanmalıdır.
- Sayfaların görsel dengesine dikkat edilmelidir.
- İşlevsel olmayan linkler çıkarılmalıdır.
- Tüm sitelerin ana sayfalarında yer alan öğeler azaltılarak sayfalar yalın hale getirilmelidir.

21. yüzyılda büyük önem taşıyan, hemen herkesin herhangi bir konuya ilişkin ön bilgi almak amacıyla kullandığı bir iletişim aracı olan internetin etkin ve işler şekilde kullanılmasının gerekliliği göz ardı edilemeyecek bir gerçektir. Özellikle önem verilen sektörlerde bilinçli kullanımının önemli getiriler sağlayacak bir iletişim aracı olması internetin daha fazla dikkate alınmasının en büyük nedenidir. Yalın, kullanışlı ve iyi işleyen güncel bir internet sitesinin kurumlara sağlayacağı faydaların sayısı sonsuzdur. Özellikle turizm gibi ön bilginin yoğunlukla internet ortamından sağlandığı sektörlerde web site tasarımı özel bir uzmanlık gerektirmekte ve şansa bırakılmayacak kadar hayati sayılmaktadır. Bu çerçevede gerçekleştirilen değerlendirme neticesinde yukarıda sıralanan önerilerin yerine getirilmesi, kültür ve turizm bakımından önemli zenginliklere sahip olan Türkiye'ye ekonomik anlamda büyük getiriler sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

- Atay, Lütfi (2003). "Destinasyon Pazarlaması Yönetimine İlişkin Stratejik Bir Yaklaşım", **Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi**, Cilt IV, Sayı 2.
- Becer, Emre (2002). **İletişim ve Grafik Tasarım**, Ankara: Dost Kitabevi.
- Conte T. & Massolar J. & Mendes E. & Travassos G. (2009). Web usability inspection technique based on design perspectives, **IET Software**, Vol.3, Iss:2, s.106 – 123.
- Cox, B.G. Dale (2002). "Key Quality Factors In Web Site De-



- ign and Use: An examination”, International Journal of Quality & Reliability Management, Vol. 19 Iss: 7.
- Dake, Dennis (2005). “Aesthetics Theory”. Handbook of Visual Communication - Theory, Methods and Media. Ken Smith vd. (Ed.) London: Lawrence Erlbaum Associates: 3 - 23.
- Internet World Statics (2011). Erişim: <http://www.internetworld-stats.com/stats.htm>, 10.05.2012.
- Ivory, Melody & Hearst, Marti (2002). Improving Web Site Design, Internet Computing, IEE, School of Manage, California University, Vol.6, Issue 2, p.56 – 63.
- Kurtuluş, Kemal (2010). Araştırma Yöntemleri, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, Erişim: <http://www.kultur.gov.tr/TR/dosya/1-70089/h/ttstratejisi2023.pdf>, 10.02.2012.
- Lee, Sung Heum & Boling, Elizabeth (1999). Screen Design Guidelines for Motivation in Interactive Multimedia Instruction: A Survey and Framework for Designers, Educational Technology, 39: 19 – 26.
- Morgan, Nigel ve Pritchard, Annette (2005). Turizm Sektöründe Reklamcılık. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Nielsen, Jakob & Molich, Rolf (1990). Heuristic evaluation of user interfaces. In: Carrasco, Proceedings of the ACM CHI 90 Human Factors in Computing Systems Conference 1990. Jane and Whiteside, John (eds.) Seattle: Washington,USA: 249-256.
- Özcan, Oğuzhan (2003). İnteraktif Media Tasarımında Temel Adımlar, Ankara: Kültür Yayınları.
- Özdemir G. (2008). Destinasyon Pazarlaması, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Pingdom, Erişim: <http://royal.pingdom.com/2012/01/17/internet-2011-in-numbers/>, 10.05.2012.
- Türk Dil Kurumu, Büyük Türkçe Sözlük, Erişim: <http://tdkterim.gov.tr/bts/>.
- Uçar, Tefik Fikret (2004). Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Yılmaz, Cüneyt (2000). Web Organizasyonu ve Tasarımı, Tübitak – Ulakbim, Erişim: [www.ulakbim.gov.tr/belgeler/2000web](http://www.ulakbim.gov.tr/belgeler/2000web).

# SEÇİLİ BAŞKENTLERİN KENT PLANLAMA ÖYKÜSÜ: ANKARA, BRASILIA, CANBERRA, ISLAMABAD, WASHINGTON DC

Aygül KILINÇ\*

## ÖZET

*Başkent, bir ülkenin dışa bakan yüzüdür. Bu nedenle birçok ülkede, başkent in görsel ve işlevsel açıdan estetik ve kusursuz olması için özel bir çaba sarf edilir. Kent planlama eylemi, kentsel alanın düzenlenmesi çerçevesinde kent fonksiyonları arasında ahenkli bir işlevsellik yaratarak, kentsel alanı; sağlıklı, uyumlu ve yaşanabilir kılmak için başlıca uygulama aracı olmuştur. Dolayısıyla başkentler için kent planlama eyleminin özel ve ayrıcalıklı bir yeri bulunmaktadır. Bu çalışmada, öncelikle kentsel gelişmenin ve kent planlamasının kuramsal çerçevesi belirtildikten sonra, bir kent için başkent olarak seçilmenin ayrıcalıklı niteliği vurgulanmıştır. Sonrasında, seçili başkentlerin ilk kent planlama sürecini içeren kent planlama öykülerine yer verilmiş ve bu süreçte yaşanan sorunların, kentsel gelişmeyi nasıl ve ne yönde etkilediği konusu üzerinde durulmuştur.*

*Anahtar Kelimeler: Kent, Kentsel Gelişme, Başkent, Kent Planlaması*

## URBAN PLANNING STORIES OF SELECTED CAPITALS: ANKARA, CANBERRA, ISLAMABAD, WASHINGTON DC

### ABSTRACT

*Capital is a country's face looking at outside. Therefore, in many countries a special effort is exerted for making the capital aesthetic and perfect in visual and functional aspects. Creating a harmonious functionality between the urban functions in the frame of the urban-area arrangements; the action of urban planning has become the main means of application for making the urban area healthy, compatible, and habitable. Hence, the action of urban planning has a special and distinctive place in capitals. In this study; firstly the theoretical framework of the urban development and urban planning has been specified. Then, for a city, the distinctive feature of being elected as the capital has been emphasised. Lastly, the urban planning stories including the initial urban planning processes of the selected capitals have been handled; and the subject of how and in what direction the problems faced in these processes affected the urban development has been dealt with.*

*Keywords: City, Urban Development, Capital, Urban Planning*

*\*Yrd. Doç. Dr., İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü*

### GİRİŞ

Kent, özünde barındırdığı dinamikler nedeniyle olgusal olarak sürekli değişip gelişmiştir. Bu niteliğinden dolayı da canlı bir organizmaya benzetilmiştir. Modernleşmenin de bir ölçütü sayılması nedeniyle tarihsel süreçte sosyal ve mekânsal gelişimine yön verilmek ve ona, bir kimlik kazandırılmak istenmiştir. Dolayısıyla kentsel alanda planlama, kaçınılmaz bir eylem olmuştur. Bir kentin, başkent olarak seçilmesi, onu, kamusal binaların fiziksel olarak konumlandırıldığı ve ülkenin, bu noktadan yönetildiği başlıca odak merkezi konumuna getirmiştir. Ayrıca ulusal ve uluslararası anlamda çok yönlü ilişkilere mekânsal anlamda ev sahipliği yapma niteliği, ona, diğer kentler arasından sıyrılarak bir cazibe merkezi olma fırsatı sunmuştur. Bu bağlamda başkentler, toplumun politik, ekonomik ve sosyal duruşlarını tanımlayan birer simge olarak nitelendirilmiştir.

Bu çalışmaya konu olan ve “seçili başkentler” olarak tanımlanan Ankara, Brasilia, Canberra, Islamabad ve Washington DC, mevcut çok sayıdaki ülke başkentlerinden sadece bir kaçıdır. Buna karşın farklı zaman dilimlerinde başkent niteliği kazanmakla birlikte bu başkentleri öne çıkaran, onları ayrıcalıklı ve araştırılmaya değer kılan bazı ortak niteliklerin varlığından söz edilebilir. Örneğin söz konusu başkentlerin, başkent seçilir seçilmez uluslararası bir yarışmayla başlayan bir planlama eylemine konu olması, ortak niteliklerden biri olmuştur. Planlama eyleminin, doğrudan siyasal iktidarın iradesi ve takdiri çerçevesinde gerçekleştirilmiş olması ve bu eylemin gerektirdiği finansal maliyetin, doğrudan siyasal iktidar tarafından üstlenilmiş olması

bir başka ortak nitelik olarak belirlemiştir. Ayrıca planlama eyleminin, kent planlama kuramlarından beslenen ve alanında uzman olan kent planlamacıları tarafından gerçekleştirilmiş olması, söz konusu bu başkentlere ilişkin ayrıcalıklı niteliklerden bir diğeri olmuştur.

Bu çalışmada, öncelikle kentsel planlamanın kuramsal çerçevesine ve başkent olmanın ayrıcalıklı niteliklerine yer verilmiştir. Devamında, alfabetik sıra gözetilerek, her bir başkent in kent planının hazırlanıp uygulamaya konulması sürecinde kent ya da konut tasarımı ölçeğinde yaşanan gelişmeleri içeren kent planlama öykülerine yer verilmiştir. Son olarak da her bir başkente ilişkin planlama eyleminin toplumsal beklentileri karşılama niteliği üzerinden söz konusu eylemin başarılı/başarısızlığı bağlamında ilk başkent planının zaman içinde nasıl ve ne yönde geliştiği/değiştiği üzerinde durulmuştur. Özetle bu çalışma, bir ülkenin en önemli kenti olarak kabul gören başkente ilişkin kent planlaması üzerinden kent planlama eyleminde yaşanan zorlukların doğru okunmasına katkıda bulunmayı hedeflemiştir.

## 2. KENT PLANLAMASININ TARİHSEL ARKA PLANI

Kent, tanımlanırken, bir takım ölçütler kullanılmıştır. Söz konusu bu tanımlarda siyasal, fiziksel ve fonksiyonel ölçütler kullanıldığı gibi ikincil ilişkilerin yaşandığı mekân olarak yoğunluk, heterojenlik, uzmanlaşma ve işbölümü (Yıldız, 1995: 3; Duru, 2002: 7) gibi ölçütlerin de öne çıktığı görülmüştür.

“Tarımsal olmayan, üretim yapılan ve tüm üretimin denetlendiği, dağıtımın koordine edildiği, belirli teknolojinin beraberinde getirdiği büyüklük, yoğunluk, heterojenlik ve bütünleşme düzeyine varmış yerleşme türü” (Kartal, 1978: 5) şeklindeki kent tanımı, bu ölçütlerin çoğunu içermesi açısından en kapsamlı tanım olarak belirtilebilir. Kentler, tarih boyunca kültür ve medeniyetin doğduğu, geliştiği ve yayıldığı kuvvet merkezleri olmuştur. Bugünkü arkeolojik veriler, tarihte ilk kent ve kentleşme olgusunun Güney Mezopotamya’da Uruk (Warka) ve çevresinde gerçekleştiğini göstermiştir (Çevik, 2005: 3). Batı dünyasındaki kent gelişmesi ise Atina, Korent, Isparta gibi Eski Yunan kentleriyle başlatılmıştır (Yörükan, 2006: 34). İlk kentler biçimlenirken, diğer bir ifadeyle antik kentler biçimlenirken, ortak hayatın birçok dağınık organını bir araya getirmiş, surlar içinde bu organların karşılıklı ilişkilerine olanak tanımıştır. Toplumsal yaşama ilişkin depolama olanağı (binalar, mahzenler, arşivler, anıtlar, tabletler, kitaplar) sayesinde ise kentler, karmaşık bir kültürü nesilden nesille aktarabilecek niteliğe kavuşmuştur (Mumford, 2007: 683-684).

Planlama, teknik açıdan geleceğe bakılıp gözlenen seçenekler arasında uyum seçimlerinin yapılması ve bunların uygulamaya konulması süreci olarak tanımlanmıştır (Baykan, 2004: 3; Baykan, 2007: 309). Bir başka tanıma göre planlama; sosyal, psikolojik ve politik açıdan arzu edilen ile mali ve teknik gibi olanakların bağdaştırılması eylemidir (Yavuz, 1978: 49-51). Planlama eyleminde kent plancılarına/tasarımcılarına ilişkin görev (misyon) ise şöyle tanımlanmıştır: Yeni yerleşme alanlarında modern yaşamın gerektirdiği tüm karmaşık ilişkiler ağıнын, mevcut yerleşmede yaşanan sorunları olabildiğince çözmeye yönelik yeni önlemlerin geliştirildiği bir planlama yaklaşımı geliştirme yetisini ortaya koyabilmiş olmalarıdır (Ersoy, 2007c: 22).

Kent planlamasının bir disiplin olarak gelişimi ve kabul görmesi yeni sayılır. Ancak tarih boyunca her uygarlığın kentleri mekânsal bir düzenlemeye konu olmuştur. Huot’un, eski uygarlıkların mekân düzenlemesine ve kent çehresinin karakteristik öğelerine bu anlamda işaret etmesi, söz konusu tespiti dayanaklık etmiştir (Hout, 2000). Sanayi Devrimi ile birlikte Avrupa’nın sanayileşmiş kentlerinde, ekonomik ve sosyal mekânda hızlı bir dönüşüm yaşanmıştır. Kentsel alanda karşı karşıya kalınan, kişinin alt yapısını oluşturan ve tüm ekonomik ilişki ve faaliyetleri kapsayan ekonomik mekâna; yine kişinin üst yapısını oluşturan ve kişinin benimsediği ve özümlediği tüm sosyal ve tinsel değerleri, tavır ve davranışları kapsayan sosyal mekâna ilişkin (Kartal, 1992: 50) sorunlar, kent planlama kuramlarının gelişmesinde başlıca tetikleyici unsur olmuştur. Tarihsel süreç boyunca yaşanan demografik, siyasal, ekonomik, sosyal ve kültürel değişimler düzleminde kentler; antik kentler, sanayi öncesi kentler, sanayi kentleri ve sanayi sonrası kentler olarak sınıflandırılmıştır. Bu bağlamda gelişen kent kuramları ise genel olarak geleneksel kuramlar ve çağdaş kuramlar şeklinde sınıflandırılmıştır (Keleş, 1972: 5-24). Ayrıca kent ütopycıalarının ideal kent modelleri ve 20. yüzyıl kent ütopycıları, kent sorunlarına karşı kurgusal olarak üretilmiştir.

Tarihsel süreç boyunca yaşanan kentsel sorunlar karşısında düşünürlerce kurgusal olarak üretilen ideal kent modellerinden bazıları uygulanabilmiştir. Ancak söz konusu bu ütopyik kent modellerinin büyük kısmı, kent tasarımcıları (planlamacıları) için yeni kent planlama modelleri oluşturma bakımından ilham kaynağı olmaktan öteye gidememiştir. Ertan’a göre, ütopycı sosyalistler olarak bilinen Saint-Simon, Charles Fouries ve Robert Owen tarafından yaratılan ütopyik (hayali) kent tasarımları, esas

itibariyle Sanayi Devrimi ile başlayan kapitalist üretim sürecinin yaratmış olduğu hızlı kentleşme, sağlıksız çalışma, sağlıksız yaşama ve barınma koşulları ile sağlıksız kentsel çevreye bir tepki olarak doğmuştur. Aynı şekilde Ebenezer Howard’ın “Bahçe Kent”; Frank Lloyd Wright’ın “Broadacre (geniş dönüm) Kent”; Le Corbusier’in “İşinsal Kent” ve “Çağdaş Kent” tasarımları da 20. yüzyıl kent ütopycaları olarak öne çıkmış (Ertan, 2004: 6-10) ve bu tasarımlar, birçok kent planlamacıya, geniş görüşlülük kazandırıp onların yolunu aydınlatmıştır.

19. yüzyılda hızlı sanayileşmenin ve sermaye birikiminin yaratmış olduğu olumsuz sosyal ve mekânsal dönüşüm nedeniyle kentsel reform hareketleri gelişirken, diğer taraftan kentsel yapı da bu iki unsurun sağladığı olanaklar üzerinden yeniden biçimlenmiştir. Diğer bir ifadeyle kent yapısını biçimlendirmede, yeni kapitalist sanayi ağırlıklı ekonominin oluşturduğu refah seviyesindeki yükselme ve kentsel reform hareketlerinin büyümesi etkili olmuştur (Thorns, 2004: 17-18). Söz konusu bu reformalist hareketlerin öngördüğü güzel kent hareketinin kökenleri Enlil (2011)’e göre, 19. yüzyıl Avrupa kentlerinin (Paris’in) geniş bulvarlarına dayanmasına karşın, söz konusu hareket, Amerika’da ortaya çıkmış ve burada gelişmiştir. Ancak 1930’lu yıllarda esin kaynağı olan Avrupa’ya geri dönerek, dönemin totaliter rejimleri altında bu hareketin görkemli projeleri, Avrupa coğrafyasında geniş uygulama alanı bulmuştur. Söz konusu bu harekette; simetri, üslup birliği, düzen, anıtsallık ve geniş bulvarlar gibi nitelikler öne çıkmıştır. Ne var ki, güzel kent hareketlerinin projeleri, üst gelir gruplarının beklentilerine odaklanmış ve bu hareket kapsamında, düşük gelir gruplarının gündelik yaşamları ve bunların karşılaştıkları sorunlar öncelenmemiştir. Ayrıca kentsel alana reformalist sembolik bir estetik anlayışıyla yaklaşılmış ve pahalı projeleri nedeniyle finansmanı güçlük yaratmıştır. Söz konusu “güzel kent hareketi”, seçilmiş başkentlerin kent planlama eylemi üzerinde de belirleyici olmuştur. Dolayısıyla tüm bu ütopyik kent tasarımları ve reformalist kentsel hareketler, kentsel planlama konusunda anlamlı bir bilgi birikimi sağlarken, aynı zamanda birçok planlamacının yetiştirilmesi ve süreç içinde daha toplumsal kent tasarımlarının üretilmesi konusunda önemli bir rolü üstlenmiştir.

Kentsel gelişme olgusu bağlamında sürekli olarak değişen kent sorunları karşısında daha sağlıklı ve yaşanabilir bir kentsel alan yaratmak için değişik zamanlarda, çeşitli kent planlama kurumları geliştirilmiştir. Çoğu kez önceki kent planlama kuramına bir tepki olarak gelişen söz konusu planlama kuramları, Klasik Kent Planlama Kuramıyla başlatılabilir. Bu kuramda, planlama; “etüt ve araştırma”, fiilen “plan yapma” ve “planı uygulama” biçiminde üç aşamalı bir eylem olarak görülmüştür (Keleş, 1997: 99). Bu üç aşamalı eylemin başlıca amacı; insanları sağlıklı, rahat ve güzel yerleşmelerde yaşatmak yönünde olmuştur. Ancak bu yaklaşımda ekonomi öğesine neredeyse hiç yer verilmemiş olması, planlamanın geniş ölçüde teknik bir çaba gibi görülmesine neden olmuştur. Kapsamlı Kent Planlama Kuramında planlama; bir yerel yönetim birimi tarafından hazırlanan ve o yerleşmenin fiziksel gelişmesine ilişkin kararların alınmasında başvurulacak siyasa rehberi şeklindeki bir resmi belge niteliğinde olmuştur (Ersoy, 2007a: 116-117). Bu yaklaşımın temel ilkeleri arasından en çok dikkati çeken ilkeler; kamu yararına hizmet etme anlayışı, planlama sürecinde vatandaşların katılımının desteklenmesi, planlamanın uzun vadeli ve kapsamlı olmasıdır (Şengül, 2007: 64). Stratejik Mekânsal Planlama Kuramı, 1980’li yıllardan itibaren planlama alanının gündemine, geleneksel planlama yöntemlerinin özellikle büyük kentlerde görülen yeni olgu ve sorunlar karşısında

yetersiz kaldığı eleştirisi üzerine, daha esnek bir planlama yöntemi olarak tasarlanmıştır (Gedikli, 2007: 229-231). Bu yaklaşım bağlamında, planlamanın uzun vadeli anlayışı terk edilmiş, buna karşın daha esnek kabul edilen ve piyasa eğilimlerinin kaygılarını dikkate alan planlama anlayışı yerleşmeye başlamıştır (Şengül, 2004: 27).

Kent planlaması sürecinde (planın hazırlanması, finansmanın sağlanması, uygulanması ve denetlenmesi aşamalarında) rol oynayan kent aktörlerine (devlete, yerel yönetimlere, sivil toplum kuruluşlarına, örgütlenmemiş kent halkına) bağlı olarak farklı uygulama modellerinden söz edilebilir. Kent planlama sürecindeki uygulama modellerden biri olan yukarıdan aşağıya planlama modelinde, devlet, mekânsal düzenlemeyi kendi anlayışı çerçevesinde aldığı kararlarla yine kendi uygular. Bu uygulama modeline bir tepki olarak gelişen aşağıdan yukarıya mekânsal planlama modeli ise geçekonu merkezli kentleşme olgusu bağlamında açıklanmıştır (Şengül, 2007: 78-79). Buna göre, modernist planlama yaklaşımının yukarıdan aşağıya planlama anlayışına karşılık geçekonu merkezli kentsel gelişme, aşağıdan yukarıya bir karar verme ve uygulama sürecine işaret etmiştir. Ayrıca 1960'lı yıllardan başlayarak toplumsal bir muhalefet ile gelişen ve aşağıdan yukarıya doğru planlama modelini destekleyen savunmacı planlama yaklaşımı ise çoğulcu bir toplumda, başta kent yoksulları olmak üzere, kentin ihmal edilen güçsüz ve korumasız kesimlerinin çıkarlarının savunulması ve planlama sürecine dâhil edilmesini amaçlamıştır (Ersoy, 2007b: 197).

### 3. BAŞKENT OLMANIN AYIRICI ÖZELLİĞİ

Başkent, siyasal iktidarın oturduğu, ulusal güç ve kültürün sunulduğu mekândır. Dolayısıyla yönetim, siyaset, ekonomik, askeri, bilimsel ve kültürel işlevlerin gerçekleştirildiği ve ülke halkının kaderine yön verildiği ana mekân durumundadır. Bu nedenle başkent, ülkenin aynası, gelişmişliğin sembolü ve milletin umudu olarak görülür. Tarihte ilk önemli başkentler, özellikle Doğuda Mezopotamya, Hindistan ve Çin gibi ülkelerde siyasal sistemin bir ifadesi olarak oluşmuş ve aynı şekilde Batı dünyasında da Rönesans Dönemi yeni kentlerinin pek çoğu, aynı amaçla kurulmuştur (Tankut, 1993: 21). 18. yüzyılın sonlarında kurulan Washington, 20. yüzyılın ilk yarısında kurulan Ankara ve Canberra ile İkinci Dünya Savaşı'nda sonra kurulan Brasilia ve İslamabad'ın siyasi ve coğrafi açıdan başkent olarak seçilme nedenleri farklılık göstermiştir. Ancak bu kentlerin, mevcut siyasal iktidarın iradesi sonucu başkent seçilmiş olmaları ve ülkenin gurur misyonunu yüklenerek şekilde yine siyasal iktidarın iradesi bağlamında ilk kent planlama eylemine konu edilmiş olmaları, söz konusu başkentlerin en önemli ortak noktalarını oluşturmuştur.

Başkentler, sahip oldukları işlevler ve nitelikler bağlamında kendi aralarında bir sınıflandırmaya tabi tutulabilir. Wolman (2008), başkentleri; çok işlevli başkentler, uluslararası başkentler, politik başkentler, federal sistemdeki başkentler ve üniter devletlerdeki başkentler şeklinde sınıflandırmıştır. Çok işlevli başkentlere ekonomik, politik, sosyal ve kültürel anlamda her yönüyle işlevsel olan Londra, Paris, Tokyo, Moskova, Berlin örnek gösterilebilir. Uluslararası başkentler, diğer işlevlerin yanı sıra uluslararası alandaki etkin rolleriyle öne çıkmakta olup Londra, Tokyo gibi başkentler bu gruba birer örnek olarak verilebilir. Politik yönleriyle öne çıkan başkentlerin diğer fonksiyonları daha zayıf olup Ankara, Canberra, Washington DC, İslamabad ve Brasilia, bu grubun başlıca örnekleri olarak öne çıkmıştır. Federal sistemdeki başkentlere Washington DC, Brasilia, Can-

berra, Berlin; üniter devletlerdeki başkentlere ise Ankara ve Atina örnek verilebilir.

### 4. BAŞKENT ANKARA, BRASILIA, CANBERRA, İSLAMABAD VE WASHINGTON DC'NİN İLK KENT PLANLAMA ÖYKÜLERİ

Ankara, Brasilia, Canberra, İslamabad ve Washington DC, başkent ilan edildikten hemen sonra, siyasal iktidarın, bu kentlere ilişkin ilk girişimlerinden biri, söz konusu bu kentler için bir kent planı eylemi hazırlatıp uygulamaya koymak şeklinde gelişmiştir. Başkent ilan edilen bu kentlerin her biri için yapılan ilk kent planı hazırlama ve uygulama sürecinin öyküsüne, bu bölümde yer verilmiştir. Söz konusu başkentlerin kent/konut tasarımı ölçeğinde fiziksel düzenleme öyküleri, planlama eyleminin kentsel sorunları çözmeye ve toplumsal beklentileri karşılayabilme yetisinin değerlendirilmesi, ayrıca planın uygulanması sürecinde karşı karşıya kalılabilecek olası sıkıntılara ilişkin bir fikir oluşturulması açısından ele alınmıştır.

#### 4.1. Başkent Ankara'nın Kent Planlama Öyküsü

Kurtuluş Savaşı sonrasında Lozan Anlaşmasının onaylanıp geçerlilik kazanması üzerine İstanbul'daki Anlaşma Devletlerinin birlikleri, 2 Ekim 1923'te İstanbul'dan ayrılmıştır. Bu gelişmeden sonra "Yeni devletin başkenti neresi olmalı?" sorusu akılları kurcalamaya başlamıştır. Bizans'tan bu yana devletlere başkentlik yapan İstanbul, artık TBMM hükümeti yönetimine geçmişti ve yeni Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin yönetim merkezi oraya taşınabilirdi. Ancak Ankara, 27 Aralık 1919'dan itibaren Türk ulusal hareketinin yönlendirildiği merkez olmuş ve yeni devlet de orada kurulmuştu. O halde yeni devletin başkenti, Ankara olabilirdi. Başkent seçiminin bir yasa ile belirlenme aşamasına gelindiğinde, bu işi, Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucu liderlerinden İsmet İnönü üstlenmiş ve arkadaşlarıyla Ankara'nın başkent olmasını düzenleyen bir yasa önerisini, Meclise sunmuştur. Tek maddelik bu öneri, 13 Ekim 1923 yılında TBMM'de büyük çoğunlukla kabul edilmiştir (Turan, 1998: 292-293). Bu tarihten itibaren Türkiye Cumhuriyeti Devletinin yönetim merkezi, Ankara olmuştur.

Cumhuriyet'in kurucu kadrosu Ankara'ya geldiğinde, kent, demiryolu ve telgraf ağının uğrak noktası olmak dışında, genel anlamda diğer birçok Anadolu kentinden farksız durumdaydı (Cantek, 2003: 97). 1917 yılında büyük bir yangın geçiren Ankara, başkent ilan edildiğinde yirmi bin nüfuslu, yeşili, suyu olmayan tozlu ve çorak bir kasaba görünümü sergilemekteydi. Yeni başkentte yönetim binalarına, hastanelere, yabancı devlet adamlarını ağırlayacak konuk evine, eğitim ihtiyacını karşılayacak fakültelere, sinema, tiyatro, klüp, konferans salonu gibi kültür ve eğlence merkezlerine ihtiyaç vardı. Söz konusu kentte, milletvekillerinin ve devlet memurlarının oturacakları konutlar yoktu ve ulaşım yetersizdi. İnşaat malzemesi büyük zorluklarla bulunuyordu ve yetişmiş insan gücü yetersizliği nedeniyle mimar ve kent plancıları, yabancı ülkelere getiriliyordu (Bayraktar, 2006: 111).

Başken Ankara'nın kentsel gelişimine büyük önem veren Atatürk, "Cumhuriyet'in başkenti olan Ankara'nın hızla imarı gereklidir; yeni ve çağdaş bir devletin çalışmasında düzen ve verim, bir uygarca imar edilmişlik içinde sağlanabilir" sözleri ile başkent imarının zorunluluğunu vurgulamıştır (Geray, 2003: 5-6). Yeni başkentin yeniden yapılandırılması için önce 16 Şubat

1924'de 417 sayılı Yasa ile Ankara Belediyesini bir taşra belediyesi olmaktan çıkarmak için İstanbul'daki Şehremaneti ile aynı görev ve sorumluluğa sahip Ankara Şehremaneti kurulmuştur. Ankara Şehremaneti, yetki ve görevleri bakımından İstanbul Şehremaneti ile aynı olup Yasa, yönetmelik ve kararlarında farklı olarak Ankara özel durumuna uygun olanları izleyecekti. Ankara şehremanetinin (Belediye başkanının) atama yolu ile göreve getirilmesi uygun görülmüş ve bu yıllarda Ankara Şehremaneti, yapı gereçlerinin ve altyapıların hızla üretilmesi için fabrikalar, santraller, işçi evleri, un ve ekmek fabrikaları kurmuştur (Tankut, 1993: 49-50; Geray, 2003: 7).

Ankara Şehremaneti, hizmet verdiği altı yıl (1924-1930) boyunca başarılı işler yapmakla birlikte, başarısız bulunduğu işler de yapmıştır. Başarısız olduğu işler arasında en başta kent imarı için 24 Mart 1925 yılında 583 sayılı Yasa ile yaptığı büyük kamulaştırma sonucu ele geçirilen yaklaşık 300 hektarlık kent toprağına sahip çıkamaması, dolayısıyla kenttin geleceğı için bu toprağı kullanamaması olmuştur. Bu kadar büyük bir arazi parçasının kent planlaması için değerlendirilmemiş/değerlendirilememiş olması hem merkezi yönetim, hem de Şehremaneti için kaçırılan büyük bir fırsat olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca Ankara Şehremaneti, arsa potansiyelinden yararlanamadığı gibi kurduğu inşaat malzemesi imalathanesiyle yapı maliyetlerini düşürememiş, dar gelirliilere ucuz konut üretememiş, su getirmeyi başaramamış, havagazı ve elektrik ağı tamamlama işini yabancı firmalara bırakmış ve kanalizasyon konusunda fikir bile üretememiştir (Tankut, 1993: 50).

1927 yılına gelindiğinde nüfusu 74.000'e ulaşan Ankara'da, düzensiz kentleşme nedeniyle geleneksel Osmanlı konutları, 4-5 katlı apartmanlardan oluşan yeni yapılaşma ve memur konutları olarak da bilinen bahçeli konutlar şeklinde üç tür konut görülmüştür. Ankara'ya ait ilk harita 1924 yılında Asker haritacılar tarafından hazırlanmıştır. İkinci görsel belge, kamulaştırma alanlarına ilişkin kroki olup bu iki görsel belge de geleceğe ilişkin bir düzenleme içermemiştir. Bu nedenle ilk planlama girişimi Şehremaneti'nin inşaat şirketine ısmarladığı iki plandan oluşmuş ve bunlardan biri eski kente, diğeri ise yeni kente ait düzenlemeleri içermiştir. Bu iki plandan biri olan ve yazında "Lörcher Planı" diye anılan "Yenişehir Planı" kabul edilip uygulamaya konulmuştur. İkinci plan ise hızla artan konut sorunu nedeniyle onaylanmıştır. Ancak Lörcher Planı başarısız bulunmuştur. Ne var ki, Yenişehir'in bir kısmı değişmeyecek bir şekilde belirlenmiştir. Bu olumsuz durum karşısında endişelenen siyasal iktidar, 1927 yılında, basın aracılığıyla "Ankara Kent Planı" yarışması düzenleneceğini bildirmiştir. Ankara kent planlaması için düzenlenen bu yarışmada; J.Brix, L. Jausseley ve Hermann Jansen'den oluşan üç kent plancısı yarışmıştır (Tankut, 1993: 53-67; Kurt, 2008).

Yarışmaya katılan kent planlamacıları arasından Jansen'in Planı başarılı bulunmuştur. Dolayısıyla Jansen, 1928 yılında, Lörcher'in dar kapsamlı planının uygulanan kısımlarının değiştirilmeden kalacağını kabul etmiş ve bu çerçevede "Ankara Kent Planını" hazırlamaya koyulmuştur. Diğer taraftan Şehremaneti'nin sahip olduğu teknik kadro ve yönetim yapısının imar uygulamalarını yönetemeyeceğı kararına varılmış ve bu konuda yeni bir örgütlenme yapısı öngörülmüştür. Bu bağlamda 28 Mayıs 1928'de 1351 sayılı Yasa ile Ankara Şehri İmar Müdürlüğü (AİM) kurulmuştur (Kurt, 2008).

Yeni kurulan teşkilat, bağlı olduğu kurallara göre kendi karar organlarıyla imar planı yapmak ve yaptırmak için tam yetkili olup sahip olduğu fonları kullanma hakkına sahip olmuştur. 20

Ayrıca 1351 sayılı Yasada yapılan eklerle şuyulandırma (arazi ve arsa düzenlemesi) ve hamur yetkilerine de sahip olmuştur. Böylece Ankara özelinde Yenişehir ve Cebeci konut bölgeleri ile devlet yönetim merkezi, yüksek öğrenim kuruluşları, hastaneler, spor alanları ve kentsel alt yapılar inşa edilmiştir (Bademli, 1985: 158; Kurt, 2008).

Ankara kent plancısı Jansen, imar planını 300.000 nüfus ve yaklaşık 2.000 hektar alan için hazırlamıştır. Kentin makro formunun oluşumunda önemli katkıları olan planda özellikle topoğrafik verilerin iyi kullanıldığı, diğer taraftan büyümeye kapalı bir yapının oluştuğı görülmüştür. Taşıt yollarının sınırlı tutulması sonucunda Doğu-Batı aksında gelişme öngörülmemiş ve bu konuda ağırlık, Kuzey-Güney aksına verilmiştir (Kurt, 2008).

Bu dönemde, özellikle bürokrat kesimden kaynaklanan spekülatif baskılar ve kentsel rant sağlama sonucunda kent planında değişimler yapılmış, ayrıca Bahçelievler, Beşevler ve Çankaya semtlerinde plan dışı gelişmeler olmuştur. Bunları gidermek için 1938 yılında Çevre Düzeni Planı hazırlanmasına rağmen, plan dışı gelişmelerin önüne geçilememiştir. Jansen'in Atatürk'e sorduğı "Bir şehir planını tatbik edebilecek kadar kuvvetli bir iradeniz var mıdır?" (Atay, 2004: 488) sorusuna verilen cevabı, yanlıylayacak biçimde planda yapılan değişiklikler ve plan dışı gelişmeler sonucunda, 1938 yılına gelindiğinde Jansen, "planın altından imzamı silebilirsiniz" demek zorunda kalmıştır (Geray, 2003: 8-9; Kurt, 2008).

Cantek (2003: 127-128)'e göre, Kurtuluş Savaşı ve Cumhuriyet'in ilk yıllarında Ankara'ya gelen yabancıların çoğı, Anadolu kültürü ile ilk kez karşılaşmıştır. Yerli halkı, coğrafyası ve iklimiyle Ankara, yabancılar için yaşanması zor bir yer olmuştur. Yabancıların kentteki varlıkları ve kentten yeni bir toplumsal düzenin inşa edilip uygulanacağı yer olması, yerliler içinde hayatı zorlaştırmıştır. Yerliler ve dışarıdan gelenler, yaşam kültürleri bağlamında birbirinden farklılaşırken, dışarıdan gelenler de kendi içinde tabakalaşmaya başlamıştır. Yazar'ın belirttiğine göre, kooperatifler, siteler, lojmanlar vb. yapılaşmalar, statüleri birbirine denk aileleri bir araya getirmiş ve bunların, içine kapalı "seçkin" cemaatler olarak hayatlarını sürdürmelerine olanak tanımıştır. Eşraftan, zengin ve hatırı sayılır bazı aileler dışında, yerlilerin dâhil olamadıkları (veya olmak girişiminde bulunmadıkları) bu cemaatsel yerleşimler, halk ile yönetici kadro arasındaki mesafeyi hep korumaya hizmet etmiştir. Dolayısıyla başkent Ankara kent planlama eylemi, büyük ölçüde rant odaklı spekülatif baskılara maruz kalarak, etkinliğini önemli ölçüde yitirmiştir. Söz konusu planlama eylemi, kentteki mevcut sınıfsal farklılaşmanın derinleşmesini önleyemediğı gibi kentsel sorunlara çözüm de üretememiştir.

#### 4.2. Başkent Brasilia'nın Kent Planlama Öyküsü

Brezilya'nın Orta güney kesiminde bulunan Goias eyaletinin merkezi ve en büyük kenti olan Goiania, yeni başkent olarak sonradan inşa edilmiştir (Martine, 2010: 45). Buna göre, 1955 yılındaki seçim kampanyasında tecrübeli bir politikacı olan başkan aday Juscilina Kubitschek, Brezilya halkına birçok vaatlerde bulunmuştur. Bu vaatlerden biri de yeni bir başkent sözü olmuştur. Esasında Kubitschek'e muhalefet edenler yeni başkent projesine karşı çıkmışlardır. Aynı şekilde geniş bir halk kesimi de projenin pahalı olduğu gerekçesiyle söz konusu projeyi eleştirmiştir (Story, 2006: 74-75). Ancak Brasilia, tarihi anlamda çok eski ve çekici bir yerdi. Burada kurulacak yeni bir başkent üzerinden ulusun zenginliği sembolize edilebilir ve aynı şekilde oluşturulması tasarlanan endüstriyel bu modern kent, Brezilya'nın bütünlüğünün simgesi olabilirdi. Kubitschek seçi-

mi kazanmış ve sözünde durarak yeni başkent Brasilia için imar planı hazırlama çalışmalarını başlatmıştır (Cornish, 2008). Dolayısıyla Brasilia, Brezilya'nın yeni başkenti olarak 1956-1960 yılları arasında inşa edilmiştir (Bertaud, 2001: 8).

Federal hükümet, 1956 yılında Brasilia kent planı için ulusal yarışma düzenle kararı almış ve başkent imarına ilişkin yarışma için oluşturulan Organizasyon Komitesi; muğlak bulunmakla birlikte 500.000 nüfus tahmini, baraj, suni göl, askeri havaalanı, otel ve başkanlık sarayından oluşan değişmez şartlarını açıklamıştır. 16 Mart 1957 tarihinde, yirmi altı gruba ait kent planlama tasarımlarının yarıştığı yarışmada, Brezilyalı mimar Lucia Costa'nın "Plano Piloto de Brasilia" olarak bilinen kent planı, Organizasyon Komitesi tarafından başarılı bulunmuştur (Acioly, 2010; Story, 2006: 84). Yeni başkent Brasilia inşa edildiği tarihlerde, çoğu Brezilya kentlerinin dağılık olduğu düşünülüyordu. Bu nedenle kentsel yaşamın tüm yönlerinden, işin ehli planlama uzmanlarının sorumlu olması gerektiği eğilimi hâkim yaklaşım olmuştur. Kentin tasarımı için seçilen kent plancısı Lucio Costa, bir marksist ve Le Corbusier'in öğrencisiydi. Le Corbusier, Lucia Costa'nın fikirleri üzerinde etkili olan biriydi. Le Corbusier'e göre, uyumlu kent, ilk olarak kent biliminden anlayan uzmanlar tarafından planlanmış olmalıdır. Kent plancıları, planlarını oluşturduktan sonra, söz konusu plancılar, muhalefet edilmeksizin planlarını uygulayabilmeliler. Bu görüşler, Brezilya cumhurbaşkanı olan ve dört yıllık hizmet dönemi boyunca başkent inşasında inisiyatif alan Kubitschek ile kent planlamacısı Lucia Costa tarafından paylaşıyordu (Bertaud, 2001: 8).

Yeni başkent Brasilia, kent planlamasında, bir güç izlenimi yaratacak şekilde, uçak modelinde tasarlanmıştır. Uçak şeklinde tasarlanan kent planında hükümet binaları, kokpitte (pilot köşküne) yerleştirilmiştir. Kanatlar ise oturma alanları için tasarlanmıştır. Uçak şekline benzeyen bu çekirdek kasabaya yaklaşık 20 km uzaklıkta uydu kentlerin inşa edilmesi tasarlanmıştır (Layton, 2012; Bertaud, 2001: 8). Buna göre, Costa'nın kent planı modeli, hafifçe yukarı eğimli basit bir haç işaretini, diğer bir benzetmeye göre ise havadan bakınca bir uçak figürünü andırıyordu. Buna göre Doğu-Batı (anitsal) eksensel ana gövde 9,75 km olup bu eksene parlamento binası, yüksek federal mahkeme binası, Planalto Sarayı'ndan oluşan yasama, yürütme ve yargı şeklindeki üçlü güç merkezi binaların yerleştirilmesi öngörülmüştür. Kuzey-Güney (yerleşim bölgesi) ekseni, 14,3 km olup bu eksen; oturma alanları, iş, ticaret, eğlence gibi tamamlayıcı fonksiyonlar için tasarlanmıştır. Kuzey-Güney ekseni üzerinde alçak ve yüksek sıralı süper bloklar oluşturulmuş ve her süper blok apartmanlara bölünmüştür. Dört bloktan oluşan mahalleler için okullar, kiliseler, marketler, yeşil alan, sağlık merkezleri, sinemalar gibi kent donatıları öngörülmüştür. Doğu-Batı (anitsal) ekseni uzak mesafeli heyecanlandırıcı mimarisi ile gösterişli bir atmosfer yaratırken, Kuzey-Güney (yerleşim bölgesi) ekseni yakın mesafeli, ayrıntılı ve içine kapanık bir görünüm sergilemiştir. Yerleşim bölgesinde oluşturulan tek biçim oturma alanlarıyla sınıfsal farklılığın ortadan kaldırılması amaçlanmıştır. Böylece bu ideal kent planının öngördüğü gibi, bir milletvekili ile özel şoförü komşu olabilecekti (Acioly, 2010; Philippopoulos, 2007). Apartmanların ön cephesi, giriş için kullanılacak ve bu cephede, çocukların, araba korkusu yaşamadan oyun oynayabileceği boş alanlar oluşturulacaktı. Arka cephe, araba giriş-çıkışı için düzenlenecekti. Trafik akışı ayarlanıp yollar, ana caddelere bağlanacaktı. Böylece modernizmin gerektirdiği bütün unsurlar, yeni başkent Brasilia'da da hayat bulacaktı (Acioly, 2008).

Bu kent planı, kent planlamacılar için rüya gibi bir projeydi. Çünkü planlamacıların ideal kent görüşleriyle birebir uyuyordu ve plan, imar için kullanılacak mekânsal alanla tam bir uyumluluk içindeydi. Planın uygulama aşamasında, plan üzerinde hiçbir değişiklik yapılmamıştır. Başkent mimari tasarımında, plancılar tamamen özgür bırakılmış ve kent planına müdahale edilmemiştir. Bu planının anahtar noktası "ilham" olmuştur. Ne var ki, Lucia Costa'nın kent planı, tam ve düzenli bir taslak değildi. Ancak bu modern mimarlık okuluna aitti ve bu akım, Brezilya kent planlamasındaki hâkim anlayıştı (Acioly, 2008).

Kamuoyundan plana yöneltilen eleştirilere karşı yenilikçi (modernistler) kent plancıları eleştirilere karşı çıkmışlardır. Brezilya kentleri, halkın gelenek ve alışkanlıklarına göre biçimlenmiştir. Bu nedenle toplumda ütopyik bir anlayışın ürünü olan ideal kent modeline karşı tepkisel bir duruş oluşmuştur. Yenilikçiler, ideal kent tasarımıyla yeni değerler yaratmayı ve bu yaratılan yeni değerlerin toplumu motive edeceğini öngörüp oradan yeni bir toplum yaratmayı tasarlamışlardır. Kısacası ideal bir kentin yaratılması üzerinden, ideal toplumun yaratılacağı düşüncesinden yola çıkılarak, örnek bir proje tasarlanmıştır (Acioly, 2008). Başta Franco-Swiss, mimar Le Corbusier'den oluşan yenilikçiler, birbirinden farklı ve kabaca yapılmış bloklar arasına serpiştirilmiş izgara gibi sokaklardan oluşan geleneksel tasarıma karşıydılar ve bu anlamda Costa, Le Corbusier'in en parlak müridi olarak gösterilebilirdi (Philippopoulos, 2007). Ancak Brezilya halkı, geleneksel kent tasarımlarının başlıca özelliklerini oluşturan aşırı kalabalık, hastalık saçan kirli su çukurlarının bulunduğu sokaklar ve sosyal sınıf farklılığını belirginleştiren yapılaşma türüne alışık ve tercihleri de bu yönde yoğunlaşmıştır. Bu tercih karşısında kent plancılarının yapacağı tek şey, kent planını yasalastırmaktı. Böylece kent planına otomobil gibi yeni teknolojiler de dâhil edilebilecek ve makam-mevki ya da para gibi baskı araçlarının kullanılmasıyla, kent planını bozacak risklerin de önüne geçilmiş olunacaktı (Acioly, 2008).

Kubitschek'inin siyasi yönetimi boyunca, planlama faaliyetleri, fazlasıyla ideolojik karakterliydi ve planlama, yönetimin kontrolünde etkili bir enstrüman olarak görülüyordu. Başkent imar planı için mali olanaklar sağlandı ve tasarlanan imar planı, sonunda mekânda uygulamaya dönüştürüldü. Ülkenin birçok yerinden işçiler, başkent inşaatında çalışmak üzere Brasilia'ya akın edip gece-gündüz büyük bir hevesle çalıştılar (Acioly, 2008). Kent planına ilham kaynağı olan ütopyanın gerektirdiği gibi işçiler, mimarlar ve plancılar aynı şartlar altında yediler, uyudular ve tek tip giyindiler. Kendilerini "Brasilia'nın öncü İnşacıları" anlamına gelen "Candango" olarak adlandırdılar. Brasilia'da inşaat ve mühendislik işçileri, ulaşım ve traktör sürücülere, yol yapımı ve peyzaj ile ilgilenen işçiler olmak üzere toplamda 60 bin civarında işçi, 41 ay boyunca yoğun bir şekilde çalıştı ve bu çalışmada, 200'den fazla traktör ile buldozer gibi iş makineleri kullanıldı. 21 Nisan 1960 tarihinde yeni başkent resmi törenle açıldı. Bu süre boyunca temel kamu binaları, 3.500 konut, otel, hastane, okullar, su ve elektrik sistemleri, kanalizasyon ve telefon şebekeleri tamamlanmıştır (Acioly, 2010; Philippopoulos, 2007; Richards, 2010).

Mimari açıdan bir uçak şeklinde tasarlanan başkent kent planlaması, otoyollar ve onursal anıtların öne çıktığı özgün tasarımıyla tanımlanmış (Bertaud, 2001: 8) ve sonunda kent sakinleri, yeni konutlarına kavuşmuştur. Ancak yeni konutlar ve yeni mekânsal düzenleme eskisinden farklıydı. Kent sakinler, bundan rahatsız oldular ve yeni konutlarını garipsediler.

Yeni kentin mekânsal düzenlemesinde başlıca eleştiri noktası, binalar arası ulaşımı sağlayacak sokakların olmayıştıydı. Yani yayaların yürüyebileceği yollar yoktu. Binaların etrafında uzayan asfalt yollar, diğer bir binaya uzanmıyordu, sadece ana yollarla bağlantı sağlanmıştı. İnsanlar, açık alanları kullanarak karşıdan karşıya geçmeye çalışıyorlardı. Trafik ışıkları konulmamıştı. Dolayısıyla trafik akışını durdurup karşıya geçmek çok zordu. Yürüme zorluğu nedeniyle insanlar, her yere arabayla gitmek zorunda kalmıştır (Acioly, 2008).

Lucia Costa'nın kent tasarımıyla Brasilia'nın bir araba kenti olduğu ve buna göre tasarlandığı açıkça anlaşılıyordu. Yeni başkent genellikle boş görünüyordu. Çünkü insanların yürüyebileceği, köşe başlarında durup dinlenebilecekleri, yürüyerek restoranlara gidebilecekleri, çarşı-pazar dolaşım vitrin gezilebileceği, durup trafik ışıklarının değişmesini bekleyebilecekleri noktalar, yollar, meydanlar vb. alanlar yoktu. Sokaklar olmadığı için sokak isimleri de yoktu. Posta adresi için harf ve numaradan oluşan tamamen ussal bir yöntem esas alınmıştı. Dolayısıyla başkentteki mekânsal düzenleme tamamen evde oturmak ve çalışmak üzerine kurulmuştu (Acioly, 2008; Philippopoulos, 2007; Layton, 2011). Kent planında, 25 yıl içinde kent nüfusunun 500.000'ne ulaşacağı tahmin edilmişti. Ancak 1985'de nüfus, 1.579.000'e ulaşmış ve bu rakam, ilk planda tahmin edilen nüfus oranının üç katından daha fazlaydı. Dolayısıyla Lucia Costa'nın Başkent Brasilia için tasarladığı kent planı, halkın beklentilerini karşılamaktan oldukça uzak bir nitelik sergilemekteydi (Acioly, 1987).

Bütün bu sorunlar karşısında insanlar, sosyal hayatlarının sınırlandırıldığını ve sosyal hayattan dışlandıklarını düşünmeye başlamışlardır. Ancak aşırı derecede standartlandırılmış bu mekânsal düzenleme yasal olarak değiştirilemezdi. Buna karşın insanlar, binaların ön cephesi yerine arka cepheyi kullanmaya başlamışlardır. Varlıklı kent sakinleri, kent çevresinde istedikleri özelliklere sahip özel konutlar yaptırıp oralara yerleşmeye başlamışlardır. Bu durum, özel konut üretme piyasasını canlandırmış, cesaretlendirmiştir. Böylece ideal kent planının esas unsurunu oluşturan sınıfsız toplumsal yapı, başkent merkezinin çevresinde, yasal olmayan yerleşim yerlerinin oluşmasıyla yıkılmış ve kent çeperinde, farklılıkları derinleştiren çeşitli sosyal sınıflara özgü yerleşim yerleri oluşmaya başlamıştır. Tüm bu sorunlardan dolayı kent planı, sonraki yıllarda oldukça değiştirilmiştir. Diğer bir ifadeyle bu planlama eyleminin, gelecekte en az değişiklik gerektirecek şekilde yeniden tasarlanması hedeflenmiştir (Acioly, 2008; Philippopoulos, 2007; Bertaud, 2001: 8).

#### 4.3. Başkent Canberra'nın Kent Planlama Öyküsü

Yüz yıllık İngiliz sömürgesinden sonra 1880'li yılların sonlarında altı Avustralya kolonisinde, ulusçuluk (milliyetçilik) eğilimleri yükselmeye başlamıştır. Bu yıllarda demiryolu sisteminin kademeli işleyişi ve telgrafın kullanılması, insanlar arasındaki iletişimi artırmış; koloniler arasındaki ticari rekabete rağmen iletişim ve ulaşım olanakları, farklı kolonilere mensup insanları yakınlaştırmıştır. 1898 tarihli Federal Kongrede, delegeler, yeni bir başkente ihtiyaç olduğu konusunda hem fikir olmuşlardır. Ne var ki, başkent konumlanacağı yer konusunda ciddi bir fikir ayrılığı söz konusu olmuştur. Sonunda koloni başkanları, 1899 yılında, federal başkent New South Wales de olması konusunda uzlaşmıştır. Ancak söz konusu bu bölgede, sağlıklı bir kentsel gelişme olgusu için, başkent konumlandırılacağı yer olarak seçilecek alanın Sydney'den en az 160 km uzaklıkta olması gerekiyordu. Öncelikle Avustralya Federal Cumhuriyeti, 1 Ocak

1901 yılında İngiliz Parlamentosunun bir yasası ile kurulmuştur. Sonraki yıllarda The New South Wales Hükümetinin yer göstermesi ile yeni başkent için inceleme başlatan Federal Parlamento, 1 Ocak 1911 yılında Canberra'da, 2356 m karelik bir alanda federal başkent kurulmasına karar vermiştir (Canberra, 2008).

Avustralya Federal Cumhuriyeti'nin başkenti olarak seçilen Canberra, uluslararası yarışma sonucunda kent planına kavuşan birkaç kentten biri olmuştur. Başkent için uluslararası kent planı yarışması, 24 Mayıs 1911'de başlamıştır. Başkent kent planı seçimi için oluşturulan Seçici Kurul, yarışma sonucunda finale kalan Alfred Agache, Eliel Saarinen ve Chicago mimarlarından Walter Burley Griffin arasından, en çok Griffin'in tasarımını beğenmiştir. Ancak Kurul, söz konusu Griffin planını biraz savurganca bulmuş ve bu açıdan eleştirmiştir. 1913 yılında Avustralya'da hükümet değişmiştir. Sonrasında kurulan yeni hükümetin uygulamaları çerçevesinde Griffin, başkent kent planlamasında yardımcı olmak üzere Avustralya'ya davet edilmiştir. Kent planlamacısı Griffin, yeni kurulan söz konusu hükümetin bakanı W. H. Kelli tarafından, Tasarım ve İnşaat Federal Müdürü olarak atanmıştır. Dolayısıyla planlamacısı Griffin, bu gelişmeden sonra başkent Canberra'ya ilişkin kendi planı üzerinde çalışmaya başlamıştır (Canberra, 2008; Meng, 2002: 2).

Avustralya coğrafyasına da bağlı olarak Griffin başkent tasarımı, topoğrafya ve peyzaj unsurları belirleyici olmuştur. Griffin tarafından tasarlanan ulusal başkent Canberra kent planında, kentin tam ortasına Capital Hill yerleştirilmiştir. Parlamento binasının konumlandırılacağı bu noktadan dışarıya doğru uzanan ve kentin farklı yönlerini gösteren üç ışınal geniş caddenin her biri, bir setle oluşturulacak suni gölü de kapsayacak şekilde birleştirilmiştir. Söz konusu bu ışınal caddelerin birleşiminden bir üçgen oluşturulmuştur. Üçgeni andıran alan içine ise yönetsel binalar yerleştirilmiş ve konutların bulunduğu alan, ışınal ve geometrik sokaklarla düzenlenmiştir (Canberra, 2008; Capital, 2008; ACT Government, 2004: 5).

Griffin tarafından tasarlanan söz konusu Canberra kent planı, esas olarak 19. yüzyılda kentsel gelişmeye ilişkin olarak gerçekleşmiş bulunan iki genel yaklaşımdan etkilenmiştir. Bunlardan birincisi "güzel kent" yaklaşımıdır. Kentsel gelişmeye ilişkin bu yaklaşım, planlama ve peyzaj nitelikleriyle öne çıkmıştır. Bu yaklaşım bağlamında Griffin kent tasarımı, fikir babalığının Daniel Burnham tarafından yapıldığı Chicago kent planıyla büyük benzerlik gösterir. Ayrıca ikinci genel yaklaşım ise "bahçe kent (Garden City)" olarak bilinen ve Ebenezer Howard tarafından tasarlanan kentsel planlamaya dayanır. Griffin kent tasarımının etkilendiği belirtilen (Meng, 2002: 3) bu planlama yaklaşımında, düşük yoğunlukta nüfus ve gelişmiş bir ulaşım teknolojisi esas alınmıştır. Buna göre, kentler, tek merkezli bir formda daha fazla yayılarak büyüme yerine, yerleşim alanları, kentsel sistemin bir parçası olacak şekilde ve çok merkezli olarak tasarlanmalıdır. Ayrıca ulaşım teknolojilerinden yararlanmak suretiyle nüfusun, kentsel donatılardan (üniversite, orta dereceli okullar, sağlık kurumları, kültürel yapılar, eğlence alanları gibi) daha fazla beslenebileceği bir kentsel örgütlenme öngörülmüştür (Enlil, 2012). Dolayısıyla Griffin'de etkilendiği bu yaklaşım kapsamında ana kent ve birbirine demiryolu ve ana akslarla ile bağlanmış kentler sistemi öngörülmüştür. Esasında bu yaklaşımın nitelikleri, Canberra coğrafyasıyla da uyumluluk içinde olmuştur.

Birinci Dünya Savaşı nedeniyle planlama için ayrılan fonların yetersizliği; yer seçme konusundaki kararsızlık ve Griffin'in bazı bürokratlarla çekişmesi sonucu 1921 yılına kadar, başkentte, fiziki anlamda çok az bir gelişme sağlanabilmiştir. Ayrıca yetkililer tarafından plancı Griffin'in sözleşmesi de yenilenmemiştir. Buna karşın Canberra'da, parlamento binasının inşasına başlanılmıştır. Ancak söz konusu bina, Griffin planında gösterilen yerde yapılmamıştır. Başbakanın evi, iki hükümet binası ve çeşitli binaların inşası Canberra'yı biraz geliştiren birkaç fiziksel faaliyet olmuştur. Ancak 1930'lu yıllardaki büyük kriz, başkentteki yapılaşma faaliyetini oldukça etkilemiştir. Sonrasında yani 1939 yılında başlayan İkinci Dünya Savaşı, bu olumsuz durumun sürmesine neden olmuştur. İkinci Dünya Savaşı sonrası, siyasal iktidarın, başkent için ayırdığı para, sınırlı olmakla birlikte, her şeye rağmen imar çalışmalarına devam edilmiştir (Canberra, 2008).

Başkent gelişim düzeyini ve niteliğini araştırmakla görevli kılınmış bir Komisyon (seçilmiş) oluşturulmuştur. Bu Komisyonun başına John Overall, sonra da Sir John atanmıştır. Komisyon, uluslararası alanda ün yapmış kent planlamacılar ve mimarlarından yararlanma yoluna gitmiş ve bu bağlamda Londra'da, kent planlama profesörü olan William Holford'a ulaşmıştır. Holford, ulusal başkent için, bahçe kent olarak kalmalı; modern işletim sistemi geliştirilmeli; Avustralya'nın kültürel özelliklerinden birkaçına kent merkezinde yer verilmeli şeklinde önerilerde bulunmuştur. Komisyon, Griffin tarafından tasarlanan asıl kent planını çıkarıp üzerinde yeniden çalışmaya başlamış ve 1970 yılında "Genel Büyüme Stratejisi" ya da "Y-Planı" olarak adlandırdıkları kent planı hazırlanmıştır. Bu plan, 30 yıl boyunca başkent mekânsal gelişimine yön vermiş ve bu zaman zarfında Komisyon, Canberra'yı, ulusal başkentten çıkartıp uluslararası üne sahip bir başkente dönüştürmüştür. Ayrıca Griffin'nin ilk planda tasarladığı suni göl, sonradan oluşturulmuş ve söz konusu mimarın adı, bu göle verilmiştir (National Capital, 2008). Sonuç olarak başkent Canberra'nın mekânsal düzenlemesinin uzun bir sürece yayılmış olması, zaman ve mali açıdan bir hayli masraflı olmuştur (Gordon, 2008).

#### 4.4. Başkent Islamabad'ın Kent Planlama Öyküsü

Pakistan, 1947 yılında bağımsızlığını kazanmıştır. Bu tarihten itibaren yeni bir başkent gerekli olduğuna inanılmış ve Islamabad, 1959 yılında Pakistan'ın yeni başkenti olarak seçilmiştir. 1959'dan 1963 yılına kadar uzanan süreçte Yunan mimar ve plancı C.A. Doxiadis, yeni başkent için kent planı çalışmalarını sürdürmüş ve mimar, 1961 yılından itibaren hazırladığı planı uygulamaya geçirmek için fiili anlamda çalışmalara başlamıştır. Başkent için yer seçimine karar verilirken, öncelikle bilimsel bir araştırma yapılmıştır. Ancak bu araştırma, politik düşüncelerin etkisinden uzak tutulmamıştır. Neticede yeni başkent kurulacağı yer olarak, Islamabad yerleşim alanında karar kılınmıştır. Bu kararın alınmasında söz konusu yerleşim alanının sahip olduğu bazı nicel ve nitel özellikler etkili olmuştur. Örneğin söz konusu alanın ulaşım yollarının üzerinde olması; bu bölgenin topoğrafik nitelikleri ve denize olan yüksekliği; seçilen bu alanın Himalaya Dağlarının eteğinde olması, ayrıca Rawalpindi yerleşim alanına olan yakınlığı (buradan işçi sağlama, ulaşım açısından yararlanma) gibi bir dizi unsur, yer seçim kararında belirleyici olmuştur (Maria, 2008; Adeel, 2012: 995-1002; Zaib, 2012: 3).

Esasında yeni başkent olarak seçilen Islamabad yerleşim alanı, tepeler ve düzlükler arasında uzanan kent formuyla ve tarihi dokusuyla; teokratik, demokrasi, otoriterlik ve totaliterlik arasında gidip gelen gerilimleriyle gelenekselliğin ve modernizmin mey-

dan okuduğu ve bu bağlamda eski bir ulusun ve yeni bir ülkenin başkenti olmaya hazırlanacaktır. Başkent için seçilen yer, 1165,5 km karelik geniş bir alandan oluşmuştur (Zaib, 2012: 3-4). Bu geniş alan üzerinde 54.000'in üzerinde köylü yaşamaktaydı. Yetkililer, yeni başkent kurulması için söz konusu bu özel mülklerin kamulaştırılması gereğine inanmış ve kamulaştırma sonucunda birçok köylü, gönülsüz olarak atalarından kalma mülklerini (arazilerini ya da evlerini) terk etmek zorunda kalmıştır (Hull, 2008: 506). Doxiadis tarafından tasarlanan Islamabad metropoliten alanın ilk imar planı; Ulusal Park, Rawalpindi ve Islamabad bileşenlerinden oluşmuştur. Diğer bir ifadeyle kent planı, "dynametropolis" olarak adlandırılan söz konusu bu esaslar üzerinde geliştirilmiştir. Metropoliten alanın üç ögesi olan Rawalpindi, Islamabad ve Ulusal Park'ın dört ana yol ile birleştirilebileceği öngörülmüştür. Dolayısıyla Muree (Kashmir) Anayolu, Islamabad Anayolu, Soan Anayolu ve Başkent Anayolundan oluşan bu dört anayolun, dik açılarla birleştirileceği tasarlanmıştır. Ne var ki, yeni başkent ilk kent planında tasarlanan söz konusu bu ana yollardan sadece Kashmir ve Islamabad anayolları inşa edilebilmiştir. Ayrıca Islamabad ve Rawalpindi'nin gelecekte trafik sorunu ile karşı karşıya kalmaması için kendi iç merkezlerinden Güneybatıya doğru gelişebileceği öngörülmüştür (Maria, 2008; Doxiadis, 2008).

Başkent ilk kent plancısı Doxiadis, kentin öngörülmeden yönde büyüdüğünü ve bazı dinamiklerden yoksun olduğunu ifade etmiştir. Plancı Stephenson, kentin asıl planında öngörülen büyüklükte olmadığını belirtmiştir. Bunun üzerine plancı Botka da uzun dönem kentin yararına olacak ara bir formül bulmuştur. Bu formüle göre, Rawalpindi ve Islamabad'ı içeren anayollar, iki kilometrelik aşamalarla dilimlere ayrılacak ve geliştirilmiş ızgara modeli uygulanacaktı. Söz konusu daire dilimleri; yönetim birimleri, oturma alanları, eğitim binaları ve ticaret binaları için kullanılabilirdi. Dolayısıyla kentsel alanda mekânsal yerleştirme, gelir gruplarına göre aşamalı olarak ve ızgara modeli kullanılarak dilimler şeklinde oluşturulmuştur. Yavaş akan trafik, alış-veriş faaliyetleri, geniş kareler şeklinde oluşturulan yerleşme alanlarının içine yerleştirilmiştir. Bu yerleşme biçiminde yollar, dik açılarla kesişecek şekilde tasarlanmıştır. Ne var ki, kent planında Rawalpindi için öngörülen mekânsal düzenleme, asla gerçekleştirilememiş ve başkent gelişme niteliğini olumsuz etkileyen bu durum, imar planını yürütmeye yaşanan kurumsal zayıflığa bağlanmıştır. Diğer bir ifadeyle planın uygulanmasına ilişkin yetki görevinin; federal, eyalet ve yerel yönetim arasında açıklığa kavuşturulmamış olması, uygulamada bir yetki bunalımı yaratmış ve bu durum, kent planının gerektiği gibi uygulanmasını engellemiştir. Bunun yanı sıra "Başkenti Geliştirme İdaresi", 1960 yılında Federal Hükümete bağlı olarak ulusal başkenti geliştirme ve mekânsal planlamayı yürütmeye amacıyla kurulmuştur, ancak fiili anlamda yetkileri sınırlı kalmıştır (Maria, 2008; Adeel, 2012: 996). Bu durum da kent planının gerektiği gibi uygulanmasını engelleyen bir başka unsur olmuştur.

Zaib'in belirttiğine göre, Doxiadis'in Islamabad kent planı, büyüleyici nitelikte olmuştur. Yazar'a göre, söz konusu bu plan; bir grafik, bir strateji, bir ideoloji gibi kent planlamasında çok yönlü görünümün sentezi olarak tanımlanabilir. Ne var ki, 20. yüzyılın unutulmuş bir planlama eylemi olmuştur. Ayrıca modernizmin son büyük vuruşlarından bir olarak nitelendirilen bu planın, birçok yöne çekilmiş olması, söz konusu planın öne çıkan en önemli özelliği olmuştur (Zaib, 2012: 2). Bu bağlamda başkent Islamabad'ın imarını olumsuz etkileyen ve kent planının gerektiği gibi uygulanmasını kesintiye uğratan başlıca unsurlar



finansal zayıflık; teknik ekip yetersizliği; federal, eyalet ve yerel yönetimler arasındaki yetki ve görev belirsizliği; her yönetim birimin kendi planı ve siyasası için çalışmış olması şeklinde sıralanabilir. Bu anlamda başkent Islamabad kent planlama süreci, bir kent planlama eyleminin siyaset ve bürokrasi müdahalesine nasıl yenik düştüğünün öne çıkan bir örneği olarak değerlendirilebilir.

#### 4.5. Başkent Washington DC'nin Kent Planlama Öyküsü

Washington DC, Amerika Birleşik Devletleri'nin ulusal başkenti olup Columbia Bölgesinde bulunur. Ulusal başkent, 19. yüzyılda, basit bir şekilde ve yaygın olarak DC şeklinde yazılmıştır. Ayrıca federal kent ya da Washington kenti şeklinde de adlandırılmıştır. Bu kent için kullanılan DC kısaltmasının açılımı "District of Columbia" (Kolumbiya Bölgesi) şeklinde olup söz konusu bu kent, özel statülü bir bölge olarak kabul edilmiştir. Columbia Bölgesi, kendi içinde bir bütünlük görünümü sergilemiştir. Bu Bölge, Potomac ırmağının kenarında kurulmuş olup Bölgenin Güneybatı'sında Virginia Eyaleti; Kuzeybatı, Kuzeydoğu ve Güneydoğu'sunda Maryland Eyaleti bulunur. Ulusal başkent, adını, ABD'nin ilk Başkanı olan George Washington yönetiminden sonra, söz konusu bu ilk Başkanın soyadından almıştır. Bu Bölgenin adı olan Columbia adı ise Amerika kıtasını ilk keşfeden Cristopher Columbus'dan esinlenerek verilmiş ve Amerikan halkının, "Columbia" adında şiirsel bir çağrışım algıladığı belirtilmiştir (Washington, 2008).

On üç Amerikan kolonisi, İngiltere'ye karşı ayaklanarak 1777'de kabul ettikleri "Konfederasyon Maddeleri" ile zayıf ancak ortak bir otorite yaratmışlardır. 1787 Anayasası ile söz konusu koloniler, konfederasyondan federasyona geçilmiştir (Çam, 2000: 90-97). Ancak başkent seçimi ve başkent planlama çalışmaları federasyona geçmeden önce başlamıştı. Yeni ülkenin başkenti, James Madison ve Alexander Hamilton arasında Güneyde bir yer seçme üzerinde anlaşmaya varılarak kararlaştırılmıştır. Columbia Bölgesi, 16 Temmuz 1790 yılında Birleşmiş Devletler Anayasasının esaslarına göre federal bir bölge olarak kurulmuş (Washington, 2008) ve Washington DC, 18. yüzyılda etnik din, dil ve köken ayırımı yapılmaksızın tüm insanların ulusal başkenti olarak seçilmiştir. Washington DC'nin, sembolik olarak doğan bir başkent olduğu ifade edilmiş (Abbott, 2008) ve kentin birçok köşesinin, ulusal birleşmeye yönelik iletiler içerdiği belirtilmiştir. Bununla birlikte başkent için seçilen yer, Kuzeyli ve Güneyli devletler ile Potomac ırmağı boyunca Batıya yönelen bölgeler arasındaki etnik ve sınıfsal farklılıkları uzlaştırıcı nitelikte olmuş ve hükümetin kentte konumlandığı yer ise Potomac ve Anacostia ırmaklarının her ikisinden kolaylıkla ziyaret edilebilecek bir yer olarak belirlenmiştir. Diğer taraftan söz konusu bu kent, ulusal başkent seçilir seçilmez, kentsel gelişimine yön verilmek üzere kente ilişkin planlama çalışmaları başlatılmış ve bu anlamda Washington DC'nin mekânsal (fiziksel) düzenlenmesinin bir planlama dâhilinde gerçekleşmesine büyük önem verilmiştir.

Washington DC'nin kent tasarımı için Binbaşı Pierre Charles L'Enfant, başkan George Washington tarafından seçilmiştir. Fransa doğumlu mimar, mühendis ve kent planlamacı Pierre Charles L'Enfant, Amerikan kolonilerine askeri bir mühendis olarak gelmiş ve Washington DC için 1791 yılında temel bir plan çizmiştir. Bu plan, Başkent'in ilk kent planı olmuştur. L'Enfant, Washington DC kent planı üzerinden Avrupa'daki kent tasarımlarından sonra yeni federal bir kent yaratmıştır. Çizdiği kent planı, o günün Avrupa kentlerinde ve Kuzey Amerika'nın büyük kısmında etkili olan Barok stili tarzında olmuştur. Söz

konusu kent planında, L'Enfant, büyük bir açık alan üzerine hükümetin önemli işlevleri arasında bağlantı olacak şekilde görkemli bir kent kurmayı tasarlamıştır. Kent planı, gidiş-geliş çemberlerinden ve dikdörtgen şeklindeki parklardan oluşmuştur. Ayrıca plan, ışınal olarak uzanan başlıca sokakları ve geniş caddeleri içermiştir. Uzun, köşegen ve geniş olan bu caddelere Virginia Caddesi, Pennsylvania Caddesi, Maryland Caddesi gibi federal devletlerin isimlerinin verilmesi kararlaştırılmıştır. Kent planında; açık alanlara, kır manzaralı parklara, çeşitli heykellere ve anıtlara genişçe yer verilmiştir. Kentin ulaşım ağında, ağırlıklı olarak yeraltı toplu taşıma sistemi kullanıldığı için, ilk kent planında yer alan bu unsurların birçoğu neredeyse hiç bozulmadan ilk hallini korumuş ve günümüze kadar gelebilmiştir (Washington, 2008; Washington, 2012: 1). Esasında Federal Bölge için yapılan bu ilk kent planı, söz konusu kentin geleceği için elmas değerinde sayılmıştır. Çünkü bu ilk planda, her bir yön için 10 mil (16 km) mesafe öngörülmüş ve bu mesafe toplamda 100 mil (259 km) alana denk düşmüştür. Columbia Bölgesi, bitişik iki eyalet (devlet) olan Virginia ve Maryland'dan alınan toprak parçalarının birleştirilmesinden oluşturulmuştur. Diğer bir ifadeyle Potomac ırmağının Güney sırasında Alexandria Eyaleti, Kuzey sırasında ise Washington Eyaleti bulunmaktaydı. Washington DC, coğrafik ve geometrik olarak merkez seçilip söz konusu bu çevre alanlardan toprak kazanılarak, bölge, daha geniş bir alanı kapsayacak şekilde genişletilmiştir (Washington, 2008).

Momford (2007: 493)'a göre, L'Enfant, kent planında, ağırlıklı olarak bulvarlara bağlı kalmış ve bunu mümkün kılan ise yapılaşmanın sınırlı niteliği olmuştur. Buna göre kent planlamacısı L'Enfant, cadde sisteminden değil, ana binalar ve meydanlarla işe başlamıştır. Bu noktalar arasında sadece trafiği rahatlatmaya değil, yol üzerinde güzelliklere ve parklara da dikkat ederek, aynı anda karşılıklı görüşü bir bütün olarak korumayı amaçlayan doğrudan bağlantı hatları, yani bulvarları tasarlamıştır. Dolayısıyla Washington DC, geniş ana bulvarların bulunduğu ve bu bağlantı noktalarının bir biri içine girdiği bir dizi trafik örümcek ağı şeklinde planlanmıştır. Söz konusu ana bulvarlar, 50 metre genişliğinde ve her bir bulvarın iki kenarında 3 metrelik yaya kaldırımı, her iki yanı ağaç kaplı 10 metrelik çakıl zeminli yürüyüş yolu, ortada ise 25 metre genişliğinde bir atlı araba yolu tasarlanmıştır. Yazar'ın belirttiğine göre, L'Enfant, kamu binalarına ve pazar yerine giden küçük bulvarların genişliğini bile 40 metre genişliğinde tasarlamıştır. Dolayısıyla bu ilk tasarıma çoğunlukla bağlı kalınması, Washington DC yerleşim düzeninin, çok fazla bozulmadan günümüze gelmesinde etkili olmuştur.

Esasında Washington DC, önemli bazı fiziksel yıkımlardan geçerek günümüze kadar gelebilmiştir. Örneğin 24 Ağustos 1814 yılında İngiliz kuvvetleri tarafından gerçekleştirilen bir misillemede, Başkent Washington DC, ateşe verilmiştir. Dolayısıyla bu misillemede devlet binaları, eyalet meclis binası, hazine binası ve Washington deniz donanması yakılmıştır. Ateşe verilen ve yağmalanan bu binalar arasında, Beyaz Saray da bulunmuştur. Yanmaktan kurtulan az sayıdaki devlet binaları ise korunmuş ve korunan bu binalar, günümüze kadar kullanılabilir şekilde gelebilmiştir. Washington Anıtı, 1888 yılında açılmış ve bu tarihten sonra yapılan kent planları çerçevesinde, kentteki anıtsal eserlerin sayıca artması sağlamıştır. Bu eserlerin yapımı ise daha çok bağışlar ve katkılar üzerinden gerçekleştirilmiştir (Washington, 2008).

1929 tarihli Dünya Ekonomik Krizinin yaşandığı yıllarda Başkan Franklin D. Rooseveltin “Yeni Anlaşma”sı, ABD’ye ekonomik krizden kurtulma fırsatı sunmuştur. Ancak 1940’lı yıllarda yaşanan İkinci Dünya Savaşı boyunca, Başkent nüfusunda, büyük bir artış olmuştur. Sınırlı sayıdaki apartman katlarında oda arkadaşlığı iki kat artmıştır. Dolayısıyla konut sıkıntısı yaşanmaya başlanmış ve bu durum, toplumsal yaşamda sıkıntı yaratmış, ayrıca Başkentteki mevcut nüfus artışı; insanların otobüslerde, tramvayda yer yarışına girişmesine neden olmuştur. Başkent bölgesine ilişkin nüfus, 1950’li yıllarda doruğa ulaşmış ve bu bağlamda söz konusu sıkıntılar katlanarak artmıştır. Martin Luther King’in 4 Nisan 1968 de suikasta uğraması, Başkent’in bazı bölgelerinde ayaklanmaların yaşanmasına neden olmuştur. Ayaklanmalar şiddete dönüşünce, birçok işyeri ve bina yakılmaktan kurtulamamıştır. İç savaştan bu yana Amerikan tarihindeki en büyük işgal, Başkente, bu tarihlerde yaşanmaya başlanmıştır. İstenmeyen ve ülkeye zarar veren bu gelişme, kent planlamasına yeni bir yön vermiş ve metro inşaatı gibi yeni kent donatılarının, bundan sonra tasarlanacak kent planlarına dahil edilmesinde etkili olmuştur (Washington, 2008). Devam eden yıllarda havaalanı, alt yapıyı geliştirme projeleri, kirli su arıtma sistemi, kent eserlerini koruma ve bu eserleri artırma projeleri gibi unsurlar, kent planlamasına dâhil edilerek, kent donatıları çeşitlendirilmiş ve kentsel alan, daha işlevsel kılınmıştır.

Washington DC kent tasarımını ayırıcı kılan ve ilk kent planının çok az değişerek günümüze kadar gelmesinde etkin rol oynayan metro inşaatına, Başkent’in işgalinden sonra başlanılmıştır. Dolayısıyla metropoliten alanda, sağlıklı ulaşım akışını sağlayan ve günümüze kadar sürekli geliştirilen bu metro sistemi sayesinde, Başkent ile dış mahalleleri arasında sıkı ve işlek bir ulaşım ağının kurulmasında başarı sağlanmıştır. Diğer taraftan metro sistemi, Başkentte uygulanan ilk kent planındaki mekânsal düzenlemenin bozulmasını da önemli ölçüde önlemiştir. Dolayısıyla son iki yüzyıl boyunca ulusal başkent’in tasarımı için yapılan kent planları, Başkent’in ilk kent planı olan L’Enfant’ın tasarımı üzerinde sadece birkaç değişiklik yaratmıştır. Bu değişikliklerin en önemlileri, Başkent’in kent planlama eylemine ilişkin olarak oluşturulan McMillan Komisyonu tarafından 20. yüzyılın ilk bölümünde yapılan değişiklikler olmuştur. Söz konusu bu değişiklikler ise başta planlamacı Daniel Burnham olmak üzere diğer bir kaç kent planlamacıları tarafından hayata geçirilmiştir. Ancak L’Enfant’ın orijinal dikdörtgen tasarımı, baskın konumunu günümüze kadar koruyabilmiştir (Underwood, 2004: 47). Bu durum ise L’Enfant’ın Washington DC’ye ilişkin ilk kent planının, yapısal açıdan Başkent’in fiziksel dokusuyla ve kentteki sosyal beklentilerle aynı paralellik içinde olduğuna işaret etmektedir.

## 5. SONUÇ

Kent ve kent planlama kuramları, yüzyıllardır süre gelen kentsel gelişme olgusunu doğru okuma ve kent’in gelişimine yön verecek unsurları doğru saptama konusunda rehber olmuştur. Söz konusu kuramların her biri, kenti mekânsal anlamda daha sağlıklı bir düzenlemeye kavuşturma amacı taşımıştır. Bu bağlamda kentsel mekânın kullanım biçimine ilişkin farklı yaklaşımlar sunulmuş ve bu anlamda fiziki uygulama modelleri geliştirilmiştir. Ancak bu yaklaşımların hiçbiri, kentsel gelişme olgusunu tek başına açıklayacak ve kentsel alanda karşılaşılan sorunları çözüme kavuşturacak kapsayıcı bir yaklaşım sergileyememiştir. Esasında bu durum, kentsel sorunların çok yönlü ve girift niteliğine bağlıdır. Buna karşın kent planlamacıları/tasarımcıları, söz konusu bu yaklaşımlar üzerinden beslenmiş ve dolayısıyla bu

yaklaşımlar, mimarlar ve kent planlamacılar için yol gösterici ve kafa genişletici nitelikte olmuştur.

Başkentler, ülkenin simgesi, halkın gurur kaynağı ve gelişmişliğin bir göstergesi olarak, mekânsal düzenine ve sosyal açıdan gelişimine büyük önem verilmiştir. Dolayısıyla hiçbir ülke, kentsel gelişimi plansız; fiziki dokusu bozuk; kent donatıları yetersiz; sosyal/kültürel örüntülerden yoksun; alt yapısı eksik; kent çeperi, denetimsiz ve plansız derme-çatma yapılarla dolu bir başkente sahip olmak istemez. Bu nedenle ülkeler, bağımsızlığını kazanır kazanmaz çoğunlukla yönetim merkezi olarak seçtikleri yerleşim alanının imarı ile doğrudan ilgilenmeyi başlıca görev kabul etmişlerdir. Hatta bazı ülkeler, ulusal başkentlerine uluslararası alanda saygın bir yer kazandırmak adına, sadece başkent’in kentsel gelişmesiyle yetkilendirilmiş (Washington DC ve Canberra’da olduğu gibi) özel bir birim dahi oluşturmuştur.

Seçili Başkentler için hazırlanan ilk kent planları, siyasi iktidarın iradesi sonucu hazırlanmış olup yine siyasi iktidar tarafından mali ve teknik olanaklar sağlanarak hayata geçirilmiştir. Siyasal iktidarların bu yaklaşımı, kent planlamasında, yukarıdan aşağıya uygulama modelinin tercih edildiğini göstermiştir. Aslında bu modelin tercih edilme nedeni; kent planlarının uygulandığı dönemle yakından ilintili olup bu çerçevede açıklanabilir gerekçeler içermektedir. Seçili Başkentlerin ilk kent planlama öyküleri değerlendirildiğinde şöyle bir sonuçla karşılaşılabilir: Mali olanakların sınırlılığı; kent planının, beklentileri karşılayamaması; planı yürütecek donanımlı bürokratların olmaması; ülkelerin savaş, siyasi ve ekonomik kriz gibi olumsuz bir süreçten geçiyor olması gibi gerekçelerden dolayı, seçili hiçbir başkente, ilk kent planı, tasarlandığı gibi uygulanamamıştır. Dolayısıyla bu planlardan arzulanan sonuçlar alınamamış ve kent planları, devam eden zaman sürecinde kısmen ya da tamamen değiştirilmiştir. Söz konusu bu ilk kent planlama eylemlerinde, siyasal iktidarın iradesine ve doğrudan girişimine rağmen (söz konusu dönemlerde yerel yönetimlerin çok daha zayıf bir yapılanma içinde olduğu da göz önünde bulundurularak), kentsel planlama eyleminin ne derece zorlu ve sıkıntılı bir çalışma olduğunu göstermesi açısından söz konusu bu planlama örnekleri, önemli sayılmıştır.

## KAYNAKÇA

- ABBOTT, Carl (2008). “The Future Of The Ceremonial City”, <http://www.proquest.umi.com>, Erişim Tarihi: 19 Nisan 2008.
- ACIOLY, Claudio (2008). “Brasilia From Plan To Metropolis”, <http://www.ihs.nl/downloads/>, Erişim Tarihi: 07 Nisan 2008.
- ACIOLY, Claudio (1987). “Infrastructure Fort He Poor: The Cause of Brasilia”, <http://www.claudioacioly.com/> , Erişim Tarihi: 28 Nisan 2010.
- ACIOLY, Claudio (2010). “Brasilia, From Plan to Metropolis: a Critique From the Perspective of Low Income Housing Policies”, <http://www.claudioacioly.com/>, Erişim Tarihi: 28 Nisan 2010.
- ACT GOVERNMENT (2004). “City West Master Plan”, Urban Design and Projects Team /ACT Planning & Land Authority, May 2004, [http://www.actpla.act.gov.au/data/assets/pdf\\_file/0016/2590/citywest-mp.pdf](http://www.actpla.act.gov.au/data/assets/pdf_file/0016/2590/citywest-mp.pdf), Erişim Tarihi: 13 Ağustos 2012.
- ADEEL, Muhammad (2012). “Assessing the Implementation of Rawalpindi’s Guided Development Plan Through GIS and Remote Sensing”, [http://www.corp.at/archive/CORP2010\\_201.pdf](http://www.corp.at/archive/CORP2010_201.pdf), Erişim Tarihi: 12 Ağustos 2012, s.995-1002.

ATAY, Falih Rıfki (2004). Çankaya, İstanbul: Pozitif Yayınları.

BADEMLİ, Raci (1985). Ankara 1985'den 2015'e, Ankara: Ankara Büyükşehir Belediyesi.

BAYKAN, Günay (2004). "Şehircilik: Bir Kültür Ürünü Üretme Sorunsalı", Şehircilikte Reform, 8 Kasım Dünya Şehircilik Günü 27. Kolokyumu/6-8 Kasım 2003, Mersin: Mersin Üniversitesi/TMMOB Şehir Plancıları Odası, s. 1-17.

BAYKAN, Günay (2007). "Planlama Kuramı ve Kentsel Planlama Eğitimi", Melih Ersoy (der.), Kent Planlama Kuramları, Ankara: İmge Kitabevi, s. 307-349.

BAYRAKTAR, Erdoğan (2006). Gecekondu ve Kentsel Yenileme, Ankara: Ekonomik Araştırmalar Merkezi Yayınları.

BERTAUD, Alain (2001). "The costs of Utopia: Brasilia, Johannesburg, and Moscow", [http://alain-bertaud.com/images/AB\\_The%20Costs%20of%20Utopia\\_BJM4b.pdf](http://alain-bertaud.com/images/AB_The%20Costs%20of%20Utopia_BJM4b.pdf), Erişim Tarihi: 12 Ağustos 2012.

CANBERRA (2008). "Short History", <http://www.canbera-house.com/>, Erişim Tarihi: 20 Mart 2008.

CANTEK, L. Funda Şenol (2003). Yaban'lar ve Yerliler, İstanbul: İletişim Yayınları.

CAPITAL (2008). "Australia's Capital City", <http://www.tomur.net.au/>, Erişim Tarihi: 20 Mart 2008.

CORNISH, Edward (2008). "UTOPIA: Lessons From Brasilia", <http://www.proquest.umi.co>, Erişim Tarihi: 20 Mart 2008.

ÇAM, Esat (2000). Çağdaş Devlet Sistemleri, İstanbul: Der Yayınları.

ÇEVİK, Özlem (2005). Arkeolojik Kanıtlar Işığında Tarihte İlk Kentler ve Kentleşme Süreci, İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.

DOXIADIS, Constantinos A. (2008). 'Islamabad the Capital of Pakistan', [http://www.doxiadis.org/files/pdf/Islamabad\\_project\\_publ.pdf](http://www.doxiadis.org/files/pdf/Islamabad_project_publ.pdf), Erişim Tarihi: 7 Nisan 2008.

DURU, Bülent; Ayten Alkan (2002). "20. Yüzyılda Kent ve Kentsel Düşünme", Bülent Duru ve Ayten Alkan (der.), 20. Yüzyıl Kenti, Ankara: İmge Kitabevi.

ENLİL, Zeynep (2011). "Reformist Yaklaşımlar: Güzel Kent Hareketi", <http://www.yildiz.edu.tr/~enlil/KPT/DERS10.pdf>, Erişim Tarihi: 28 Kasım 2011.

ENLİL, Zeynep (2012). "Garden City", [http://www.yildiz.edu.tr/~enlil/KPT/DERS11\\_a.pdf](http://www.yildiz.edu.tr/~enlil/KPT/DERS11_a.pdf), Erişim Tarihi: 02 Ağustos 2012.

ERSOY, Melih (2007a). "Kapsamlı Planlama Kavramının Tarihsel Gelişimi ve Bugünü", Melih Ersoy (der.), Kent Planlama Kuramları, Ankara: İmge Kitabevi, s.115- 171.

ERSOY, Melih (2007b). "Kapsamlı Planlama Yaklaşımına Karşı Liberal Eleştiri: Savunmacı Planlama Anlayışı ve Çoğulculuk", Ersoy Ersoy (der.), Kent Planlama Kuramları, Ankara: İmge Kitabevi, s.197-228.

ERSOY, Melih (2007c). "Planlama Kuramına Giriş", Melih Ersoy (der.), Kent Planlama Kuramları, Ankara: İmge Kitabevi, s.9-35.

ERTAN, Kuvvülcüm Akkoyunlu (2004). "20. Yüzyıl Kent Ütopyaları", Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, Cilt. 13, Sayı: 3, 2004, s.5-21.

GEDİKLİ, Bahar (2007). "Stratejik Mekânsal Planlama: Planlamada Yeni Anlayışlar, Yöntemler ve Teknikler", Melih Ersoy (der.), Kent Planlama Kuramları, Ankara: İmge Kitabevi, s. 229-277.

GERAY, Cevat (2003). "Cumhuriyet'in 80'nci Yıldönümünde: Şehirciliğimiz ve Ankara", Ankara: TMMOB şehir Plancıları Odası Yayını, s.5-13.

GORDON, David L. A. (2008). "Ottawa-Hulland Canberra: Implementation of Capital City Plans", [http://www.biomed-search.com/article/Ottawa-Hull-Canberra-Implementationcapi-](http://www.biomed-search.com/article/Ottawa-Hull-Canberra-Implementationcapi-26)

tal/98248389.html, Erişim Tarihi: 28 Nisan 2008.

HULL, Matthew S. (2008). "Ruled by Records: the Expropriation of Land and the Misappropriation of Lists in Islamabad", American Ethnologist, Vol. 35 No. 4 November 2008, [http://www-personal.umich.edu/~hullm/MHull\\_2008\\_Ruled\\_by\\_Records.pdf](http://www-personal.umich.edu/~hullm/MHull_2008_Ruled_by_Records.pdf), Erişim Tarihi: 14 Ağustos 2012, s.501-518.

HUOT, Jean-Louis vd. (2000). Kentlerin Doğuşu, Ali Bektaş Girgin (çev.), Ankara: İmge Kitabevi.

KARTAL, S. Kemal (1978). Kentleşme ve İnsan, Ankara: Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları No: 175.

KARTAL, S. Kemal (1992). Ekonomik ve Sosyal Yönleriyle Türkiye'de Kentleşme, Ankara: Adım Yayıncılık.

KELEŞ, Ruşen (1972). Şehirciliğin Kuramsal Temelleri, Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları No:332.

KELEŞ, Ruşen (1997). Kentleşme Politikası, Ankara: İmge Kitabevi.

KURT, Hacı (2008). "Türkiye'de Kent Planlarının Siyasal Amaçlarla Yozlaştırılması: Ankara Örneği", <http://www.e-sos-der.com/>, Erişim Tarihi: 03 Mart 2008.

LAYTON, Morgan (2012). "Urban Design & The New City Brasilia", <http://landscapeismorgan.files.wordpress.com/2011/03/brasilia-dissertation.pdf>, Erişim Tarihi: 11 Ağustos 2012.

MARIA, Sajida Iqbal; Muhammad Imran (2008). "Planning of Islamabad and Rawalpindi: What Went Wrong", <http://www.isocarp.net/Data/Case>, Erişim Tarihi: 07 Nisan 2008.

MARTINE, Georg; Gordon McGranahan (2010). "Brazil's Early Urban Transition: What Can It Teach Urbanizing Countries?", the International Institute for Environment and Development (IIED), August 2010, <http://pubs.iied.org/pdfs/10585IIED.pdf>, Erişim Tarihi: 14.08.2012.

MENG, Bunnarith (2002). "Urban Planning And Development Of The Australian Capital Territory Canberra: A Critical Review", Faculty of Architecture, Department of Urban and Regional Planning & Policy, the University of Sydney, Australia, [http://www2.hawaii.edu/~csaloha/articles/Australian\\_Capital\\_Territory\\_Canberra.pdf](http://www2.hawaii.edu/~csaloha/articles/Australian_Capital_Territory_Canberra.pdf), Erişim Tarihi: 12 Ağustos 2012.

MUMFORD, Lewis (2007). Tarih Boyunca Kent: Kökenleri Geçirdiği Dönüşümler ve Geleceği, Gönül Kara ve Tamer Tosun (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

NATIONAL CAPITAL (2008). "Bulding Canberra From 1958-1988", <http://www.nationalcapital.gov.au/>, Erişim Tarihi: 20 Mart 2008.

PHILIPPOPOULOS, Andreas; Andreas Mihalopoulos (2007). "Brasilia: Utopia Postponed", [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1494890](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1494890), Erişim Tarihi: 28 Nisan 2010.

RICHARDS, J. M.; J. de Sousa-Leão (2010). "1959 February: Brasilia", <http://www.architectural-review.com/archive/1959-february-brasilia-by-jm-richards/8607275.article>, Erişim Tarihi: 12 Ağustos 2012.

STORY, Emily Fay (2006). "Constructing Development: Brasilia And the Making of Modern Brazil", <http://etd.library.vanderbilt.edu/available/etd-07282006-115412/unrestricted/EFS-dissertation.pdf>, Erişim Tarihi: 14 Ağustos 2012.

ŞENGÜL, H. Tarık (2004). "Şehircilikte Reform Çabalarına İlişkin Metodolojik ve Kuramsal Bir Değerlendirme", Şehircilikte Reform, 8 Kasım Dünya Şehircilik Günü 27. Kolokyumu/6-8 Kasım 2003, Mersin: Mersin Üniversitesi-TMMOB Şehir Plancıları Odası, s. 19-29.

ŞENGÜL, H. Tarık (2007). "Planlama Paradigmalarının Dönüşümü Üzerine Eleştirel Bir Değerlendirme", Melih Ersoy (der.), Kent Planlama Kuramları, Ankara: İmge Kitabevi, s. 59-114.

- TANKUT, Gönül (1993). Bir Başkent'in İmarı, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- THORNS, David C. (2004). "Kentlerin Dönüşümü Kent Teorisi ve Kentsel Yaşam", Hasan Nal ve Esra Nal (der.), İstanbul: Global Yayınları.
- TURAN, Şerafettin (1998). Türk Devrim Tarihi-2. Kitap, Ankara: İletişim Yayınları.
- UNDERWOOD, Carmel; Robert Underwood (2004). "The Making of a City", <http://exchanges.state.gov/englishteaching/forum/archives/docs/04-42-2-d.pdf>, Erişim Tarihi: 14 Ağustos 2012, s. 47-57.
- WASHINGTON (2008). "Washington", <http://en.wikipedia.org/wiki/washington>, (Erişim Tarihi: 20 Mart 2008).
- WASHINGTON (2012). "A History of the National Mall and Pennsylvania Avenue National Historic Park", <http://www.nps.gov/nationalmallplan/Documents/mallpaavhistory.pdf>, Erişim Tarihi: 12 Ağustos 2012.
- WOLMAN, Hal vd. (2008). "Capital Cities Their National Governments: Washington DC in Comparative Perspective", June 11, 2007, <http://www.gwu.edu/~gwipp/papers/wp030.pdf>, Erişim Tarihi: 07 Nisan 2008.
- YAVUZ, Fehmi vd. (1978). Şehircilik, Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları No: 412.
- YILDIZ, Ferruh (1995). İmar Bilgisi, Konya: Atlas Kitabevi.
- YÖRÜKAN, Turhan (2006). Şehir Sosyolojisinin ve İnsan Ekolojisinin Teorik Temelleri, Ankara: Nobel Dağıtım.
- ZAIİB, Ahmed; Khan Mahsud, (2012). "Nature and the City: The Legacy of Doxiadis's Plan for Islamabad", <http://www.urbanpk.com/upkgallery/citypictures/Islamabad/Master%20Plan%20&%20Documentation/Islamabad%20-%20Nature%20&%20City%20The%20Legacy%20Of%20Doxiadis's%20Plan%20for%20Islamabad.pdf>, Erişim Tarihi: 14 Ağustos 2012.

# EGEMEN NEO KLASİK İKTİSATA ELEŞTİRİSEL YAKLAŞIM: POST OTİSTİK İKTİSAT VE 2008 KÜRESEL KRİZİNİN POST OTİSTİK ANALİZİ

Utku ALTUNÖZ\*

## ÖZET

Çalışmada mevcut iktisat eğitim sistemine ve günümüz iktisat eğitiminde egemen kuram olan neo-klasik iktisada post otistik iktisat kuramı tarafından yöneltilen eleştiriler göz önünde bulundurularak araştırma konusunu kapsamlı bir biçimde anlamaya ve konuya her açıdan hakim olarak çözüm önerileri sunmaya çalışılmıştır. Özellikle mevcut iktisat sisteminin toplumun beklentilerini ve gereksinmelerini karşılamakta yetersiz kaldığı zamanlarda yöntem ve sistem tartışmaları artmaktadır. Son dönemde eleştiriler yoğunlaşarak yaşanan küresel ekonomik krize yol açan temel sebebin Neo-klasik sistemin olduğu yönünde gelişmiştir. Çalışmanın diğer bir amacı son yaşanan 2008 global ekonomik krizini Post Otistik İktisat bakış açısıyla Türkiye değerlendirmesini tartışmaya açmaktır.

Anahtar Kelimeler: Post Otistik İktisat Hareketi, Neo-klasik İktisat, 2008 Global Ekonomik Krizi  
JEL Sınıflaması: E 13, P 16, P 51.

## URBAN PLANNING STORIES OF SELECTED CAPITALS: ANKARA, CANBERRA, ISLAMABAD, WASHINGTON DC

### ABSTRACT

In this study we tried to comprehensively understand the research topic and offer solutions considering the criticism of present education of economics and dominant neo-classical economics by the Post Autistic Economics. Especially in the course of time, the current economic system remains incapable to meet society's expectations, demands, and requirements, the system and method debate has been increasing. Recently, the basic reason that led to criticism by focusing the global economic crisis has developed in the direction of the Neo-classical system. Another purpose of this study is to open discussion of last 2008 global crisis to Turkey's assessment from the view point of Post Autistic Economics

Key Words: The Post Autistic Economics Movement, Neo-classical Economics, The 2008 Global Economic Crisis  
JEL Classification: E 13, P 16, P 51.

\*Yrd. Doç. Dr. Sinop Üniversitesi İİBF, İşletme Bölümü.

## GİRİŞ

Günümüz egemen iktisat öğretisi olan Neo Klasik Teori, uzun zamandır günümüz ekonomilerinin sorunlarını çözemediği yönünde eleştirilmektedir. Başka bir ifadeyle giderek artan bir şekilde günümüz ekonomik problemlerinin sorumlusu olarak görülmektedir. Hatta son dönemde yaşanan küresel ekonomik krizle birlikte çözülemeyen ekonomik sorunlara yol açan temel nedenin Neo-klasik sistemin kendisi olduğu konusunda görüşler yaygınlaşmaktadır. Post Otistik iktisat hareketi, 2000'lerin başında Fransa'nın prestijli okullarından Ecole Normale Supérieure öğrencilerinin yayınladığı bir deklarasyonla ortaya çıkmıştır. Daha gerçekçi, çoğulcu ve sosyal bilimlerle ilişkisini koparmayan bir bilim dalı isteğinin vurgulandığı deklarasyonda iktisat biliminin otistik bir bilim haline gelmiş, gerçek hayatla tüm bağını koparmış, tümüyle matematiğin soyut formülleri arasında kaybolmuş olduğuna vurgu yapılmaktadır.

Çalışmada öncelikle, Neo-klasik kuramın temel varsayımları ele alınarak tartışmalı görülen yanları gözden geçirilecektir. İkinci bölümde Post Otistik iktisat hareketi ve Neo-klasik iktisada yönelik eleştirel yaklaşımları incelenecek ve son bölüm de ise Post Otistik İktisat Çerçevesinde, yaşanmakta olan küresel ekonomik kriz ve Neo-klasik kuram paradigmaları karşılaştırılarak sonuçlara ulaşılmaya çalışılacaktır.

**1-Neo Klasik Paradigma ve Eleştiri Alan Temel Varsayımları**  
Neo klasik iktisat öğretinin egemenliği bir asrın üzerinde devam  
28

etmektedir. Klasik iktisatın bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler sloganıyla devletin ekonomideki etkinliği azaltılmış ve 19. yy sonunda, kapitalizme yöneltilen şiddetli eleştiriler, toplumsal düzen konusunda tarafsız kalmayı imkânsız hale getirmiştir. Klasik iktisadın daha güncel hale getirilip revize edilmesi olarak da ifade eden neo klasik iktisatta, değer teorisi Marksist kuramın da etkisi ile yeniden açıklanmıştır. Dikkat çekici bir husus, klasiklerin makroekonomik yaklaşımı korunmakla birlikte, mikro ekonomik araçların, üretici-tüketici gibi mikro karar birimlerinin davranışlarını incelemek üzere kullanılmasıdır. Birçok yönden eleştiriye maruz kalan neo klasik iktisatın eleştiri konularını şu şekilde sıralayabiliriz.

### 1.1.Neo-klasik İktisadın İdeolojik Eleştirisi

16. Yüzyılda sosyal bilimlerde ve de özellikle doğa bilimlerindeki popülerite artışı, kapitalizmin yükselişi ile birebir ilişkilidir. Bu dönemde bilimin gelişimine verilen desteğe paralel olarak ampirik bir araştırma yönteminin de benimsenmiş olması, tüm bilimlerin gelişimi için uygun bir ortam hazırlamıştır. İktisadın doğuşu ve gelişimi de doğa bilimleri gibi, kapitalizmin ortaya çıkışıyla birlikte olmuştur. İlk bilimsel atılım 16. Ve 17. yüzyıllardaki merkantilist harekette kendini gösterir. Devamında Fizyokratlar ve Klasiklerle bugünkü iktisadintemelleri atılmış olur (Lange, Çev.,Şeref,1968:70).

Neo klasik iktisatta ilk göze çarpan çelişki bireyseldir. Bireysel rasyonellik, bireyin ve toplumun refah kaynağıdır. Emeginin karşılığı tam olarak ücrettir ve her birey hak ettiği ücreti almak-

dır. Piyasa ekonomisi olmazsa olmaz sistemdir ve bu piyasaya yapılacak bir müdahale, toplumsal zarara yol açmaktadır. Neo Klasik iktisat öğretisinde eksiksiz biçimde çalışan mükemmel bir ekonomi modeli mevcuttur. Özellikle batılı ülkelerin iktisatçıları ve akademisyenleri, yazdıkları ekonomi kitaplarında neo klasik yanlı bir tutum sergilemektedirler.

Marksist iktisat veya Keynesgil İktisatı önemsemeyen bu ve benzer yaklaşımlar, iktisat öğrenen kitlelere serbest piyasa ideolojisini aşılarda ve sistemin eleştirisini engellemektedir (Nelson,Ed.,Ardıç, 2004:80). Bu durum iktisadın nesnel bir bilim olmadığı ve ideolojik amaçlara hizmet ettiği tezini ortaya çıkartmaktadır.

## 1.2. Emek-Zaman Kavramının Yerini Fayda Kavramının Alması

Neo klasik teoride fayda ön plana alınmış, değer belirleyicisi olarak da emek-zaman yerini sübjektif zahmete bırakmıştır. Oysaki Kahneman'ın ve diğer konu ile ilgilenen iktisatçı ve psikologların deneyimlenen faydanın ölçülebilir olduğuna dair yaptığı deneylerde deneyimlenen faydanın ölçülebilirliği kanıtlanmıştır. İnsanların mutluluğunun ölçümünde ise anımsanan faydanın önemli olduğu ön plana çıkarılmıştır Daniel Kahneman fayda kavramı yerine artık neoklasik iktisadın ölçülebilir bir kavram olarak görmediği mutluluk kavramını kullanmaktadır. Kahneman'a göre fayda ölçülebilmektedir. Kahneman, deneyimlenen faydaya göre mi yoksa anımsanan faydaya göre mi mutlu olduğumuzu birbirinden ayırmamız gerektiğini ve bunun ölçülebilir olduğunu belirtmektedir (Kahneman,1999:112).

## 1.3. Homo Economicus Varsayımının Gerçek Dışlığı ve Neoklasik Rasyonizmin Eleştirisi

Homo economicus birey, mallar, piyasalar ve diğer ekonomik konularda tam bilgiye sahip, karşılaştığı seçenekler arasında mutlaka değerlendirme yapan, çoğu aza tercih eden, yaptığı tercihler birbiriyle çelişmeyen kişidir. Homo economicus tüketiciler, faydalarını maksimize ederken, üreticiler, kârlarını maksimize eder(Çeçen, 2004: 221). Adam Smith'in iktisadî adam (homo economicus) modeli, insanın iktisadî davranışlarını açıklamaya yönelik en etkili ve başarılı olduğu kadar en çok eleştirilen bir model olarak göze çarpmaktadır. Geleneksel iktisadın temel aldığı bu model, insanın pazar yerindeki davranışlarını oldukça ikna edici bir şekilde açıklamakla birlikte, onun sosyal hayattaki, iktisadî olmayan veya olmadığı düşünülen davranışlarını açıklamakta yetersiz kalmıştır.

Faber ve diğerlerine göre insan davranışının bazı boyutlarını temsil etmekle birlikte hiçbir saf haliyle deneysel olarak gözlemlenemez. Toplum adamı modeli, geleneksel iktisat okulunu heterodoks iktisat okullarının yanı sıra diğer sosyal ve davranış bilimleriyle uzlaştırmaktadır (Faber, Manstetten ve Petersen,1997: 83). İnsan davranışının kapsamlı yeni bir kavramla ifade edilmesi demek olan toplum adamı (homo societius) modeli şu dört temele dayanır ve onlar tarafından desteklenir:

- Smith'in iktisadî adamının üretken yönü
- Neo-klasik iktisadın, "insanların daima rasyonel tercihlerde bulunduğu ve bu bağlamda bireylerin faydalarını, firmaların da kârlarını maksimize ettikleri" varsayımı
- Azalan marjinal fayda yasasına dayanan marjinalist okulun kaynakların optimal tahsis ve dağılımına bakan yönü;
- Ken Wilber'in insan gelişimi ve Abraham Maslow'un insan ihtiyaçlarının hiyerarşisi modelleri.

2002 ekonomi Nobel ödüllü Daniel Kahneman, bireyin, belirsizlik ve risk karşısında sistematik olarak irrasyonel davranabildiğini kanıtlamaktadır. Kahneman, geliştirdiği refah teorisinde Neo-Klasik kuramın dayandığı bu en güçlü varsayımın geçerliliğini sorgulamaktadır (Kahneman ve Tversky, 1979 :263).

## 1.4. Tam Rekabet Piyasasının İmkânsızlığı

Tam rekabet piyasasının ayırıcı özelliği, piyasadaki alıcı ve satıcıların tek başlarına fiyatı etkileme gücüne sahip olmamalarıdır. Yani tam rekabet koşullarında firmalar bağımsız fiyat politikası güdemaz. Önceden saptanan fiyatlar, firmalarca kabullenilmek zorundadır. Bununla birlikte tam rekabet piyasalarının gerçek hayata uygulanabilmeleri imkânsızdır.

Tam rekabet piyasalar, alıcı ve satıcıların eksiksiz bilgiye sahip oldukları varsayımına dayanmaktadır. Çünkü birçok mekân ve zaman engeli, bu durumun gerçekleşmesini engellemektedir (Weintraub, 1999: 140 ). Malların tümünün birbiriyle aynı olduğunu savunan homojenlik koşulu da günümüz dünyası ve rekabet koşulları durumunda imkânsız bir varsayımdır. Tam rekabet varsayımlarından piyasaya giriş çıkışın serbest olma koşulu, özellikle büyük ölçekli firmaların varlığı nedeniyle günümüz dünyasında imkânsızdır. Rekabet etme gücü yarışında geriye düşen küçük ölçekli firmaların piyasadan çıkıp bir daha piyasaya girmemeleri sıkça karşılaşılan bir durumdur. Alıcı ve satıcıların piyasa fiyatına etki edemeyecek kadar çok sayıda olduğu varsayımına dayanan atomiste varsayımı da ütöpik bir varsayımdır.

## 1.5. Kâr Maksimizasyonu Varsayımının Eleştirisi

Neo-Klasik teoride her firmanın nihai amacı, kar maksimizasyonudur. Bunun için firmalar üretimlerini Marjinal maliyet = Marjinal hâsılat eşit oluncaya kadar artırır ve satış fiyatını da bu üretim miktarına göre belirler. Oysaki gerçek hayatta firmalar kâr maksimizasyonuna çok fazla yönelmemektedir. Ayrıca talep ve maliyet fonksiyonlarından habersiz olduklarından Marjinal maliyet = Marjinal hâsılat eşitliğine yönelemezler. Ayrıca marjinal maliyet ve marjinal hasılat gibi hayali kavramların ölçümünün ve hesaplanışının zor olması diğer bir handikaptır.

## 2. Post Otistik İktisadın Doğuşu ve Gelişimi

2000 yılının Haziran ayında, Fransa'da bir grup iktisat öğrencisinin internet üzerinden yayımladığı Autisme-economie başlığını taşıyan bildiri ile post otistik iktisat hareketini başlatmışlardır. Bildiri genelde öğrencilerin iktisat disiplini ve eğitimi üzerine şikâyetlerini ve önerilerini konu ediniyordu. Bildiride, neoklasik iktisadın ve buna bağlı matematiksel modellerin öğretilmesine ilişkin tepki ortaya konulmuştur.

Kelime anlamı içe yöneliklik olan Otizm; ömür boyu süren beyinsel bir rahatsızlıktır ve sosyal etkileşimde, sosyal iletişimde kullanılan dilde veya sembolik veya hayali oyunda gecikmelerle kendini gösteren sinir sisteminde düzensizlik olarak sınıflandırılır. Kişi gördüklerini, duyduklarını, duyumsadıklarını doğru bir şekilde algılayamaz; bu nedenle sosyal ilişkileri ve davranışlarında ciddi sorunlar vardır. Erkeklerde daha yaygın olarak görülür. Otizm ya kendi başına ya da zekâ geriliği, öğrenme güçlüğü, epilepsi gibi diğer gelişimsel bozukluklarla birlikte ortaya çıkabilir (Wikipedia).

Henüz genç bir bilim olsa da iktisat biliminin önceki tüm öngörü, teori ve uygulamalarını " otizm"e benzeten ve bu açıdan eleştirerek yeniden " başka bir iktisat " arayışına yönelen "Post

otistik “ ( Otistik Dönem Sonrası ) iktisat kavramına götürdü. Kontrol dışı matematik kullanımı, hayali imgelerin kullanımını arttırmaktadır. Bireyin homo economicus oluşu, otistik insanlar gibi yalnızca kendi çevresiyle sınırlı ürünleri talep eden, diğer insanlarla ilişkiye girmeyen ve onların tercihlerini, taleplerini, amaçlarını önemsemeyen bir insan modelidir. Bununla birlikte neoklasik öğreti ile üniversitelerin, hakim güç olan sermayenin hakimiyetine alınmakta olduğunu ve öğrencileri otistik insan olarak yetiştirmek amacıyla planlandığı belirtilmektedir.

Post Otistik İktisat kuramının karşı çıktığı temel sorunlar şu şekilde sıralanabilir;

- Oluşturulan kurgusal dünyanın gerçeklere inememesi ve değişimleri açıklamada yetersiz kalmasıdır.
- Krizleri veya ekonomik ilişkileri nedenleri açıklamada çelişkiler ve tutarsızlıklar barındırması.
- Matematiğin iktisadı açıklamada artık araç değil amaç haline gelmesi ve ekonomide ölçülemeyecek birçok kavramın matematik kullanımıyla ölçülmesi girişimi
- Devamlı olarak faydasını maksimize etmeye çalışan (homo economicus) bireyin gerçekçi olmayışı. Homo economicus modeli de otistik insanlar gibi diğerleri ile ilişkiye geçmeyen ve diğer insanların taleplerini, seçimlerini, amaçlarını önemsemeyen bir insan modelidir.
- Kolaycı bir yöntem olan Ceteris paribus varsayımı
- Para, neo-klasik İktisat yalnızca yüzeysel olarak değinilmektedir. Oysaki para ekonomik aktivitenin can damarıdır.
- Neo-klasik öğretilerde fiyat ve piyasaların dengeye noktasına doğru eğilimleri konularına sürekli olarak değinilir. Ayrıca hepsi de ölçülebilir mal ve hizmet miktarına dayanan; teknik anlamda sınırsız banka kredisi arzı, sınır ötesi serbest sermaye akışları ve paranın değerini koruma konularında matematiksel modeller üretme çalışmaları yapılır. İlave olarak, özel kuruluşlar tarafından kâr amacıyla piyasaya sürülen herhangi bir matematiksel miktarın bir birim olarak sınırlandırılması, gerçeklikle bağdaştırılmaz.

Post otistik iktisat hareketi belli bir akademisyen tarafından desteklenmiş ve günlük Le Monde gazetesinde öğrencilerin isteklerinin yayımlanmasıyla ülke çapında bir tartışma başlamıştır. Sonrasında 600 öğrenci meslektaşlarının isteklerine imza atmışlardır. Fransa Eğitim Bakanı, Jack Lang, tepkiye destek vererek Fransa'daki değişmez müfredatı yeniden incelemek için bir kurul oluşturmuştur. Aynı zamanda Edward Fullbrook elektronik Post Otistik Ekonomi Haberlerinin paylaşıldığı bilimsel bir gazete kurmuştur (Durmeier, 2005:2). Yeniden hazırlanan müfredata göre ekonomik gerçekliklerle, üniversitedeki derslerin yapısal ve içerik olarak entegre edilmesi gereği ve İdeolojik görüşlerin, iktisadi gerçekliklerin önüne geçmemesi de vurgulanmaktadır( Fullbrook, 2001:13).

Fransa'da neo klasik ekonominin güçlü savunucularından ekonomist Bernard Guerrien'in post otistik iktisatı savunan görüşleri, ülkede büyük yankı uyandırmıştır. Guerrien, mikro ekonomik yöntemlere yaptığı keskin eleştirilerle adeta neo klasik iktisata başkaldırı hareketi başlatmıştır. Guerrien, neo klasik ekolün kurmaca hane halkları ve yoğun matematik kuramlarla faydasız teoriler oluşturduğundan bahsetmektedir (Guerrien, Çevirimiçi Kaynak). Guerrien'e göre tam rekabet kavramı da yalnızca merkezi bir sistemde var olabilir ve bu yüzden piyasa ekonomisiyle hiçbir ilgisi yoktur. Standart mikro ekonominin tüm varsayımları geçersizdir ve bu varsayımlardan

ulaşılacak sonuçlar etrafımızda gördüğümüz hemen her şeyle çelişmektedir.

## 2.1.Otizmin İktisadi Boyutu

Post otistik iktisatın üzerinde önemle durduğu meselelerden biri mikro iktisadın ne kadar gerekli olduğu konusudur. Özellikle Guerrien'in mikro iktisadı sürdürmek için belli bir nedenimiz var mı? adlı makalesinde, standart firma ve standart tüketici varsayımının akıl dışılığına vurgu yapması, mikro ekonomiye yapılan en önemli eleştirilerin başında gelmekteydi. Kendisinin de neo klasik iktisatçı olması, harekete duyulan güveni arttırmıştır.

Martinas'a göre neredeyse hiçbir firmanın fiyatlama politikasının neo klasik teorideki ile örtüşmemektedir(Martinas,2003:112). Maksimum kâr ve maksimum fayda amacının gerçekleştirilmesi, eksiksiz bilgiyi ve gelecekle ilgili tam öngörüğü gerekli kılmaktadır. Ayrıca günümüz insanı ahlaktan yoksun olmadığı için neo klasik iktisadın belirlediği tarzda bir ekonomik aktör değildir. Bireyin bu türde bir insan olarak tanımlanması, ahlaki anlamda insan varlığına aykırıdır. Post otistik hareket için standart mikro ekonominin reddi için önemli matematiksel sebepler mevcuttur. İki ürün arasında tercih yapan tüketici modelinde iki kişi analiz edildiğinde herhangi bir sıkıntı olmamasına karşın birden fazla kişinin olduğu durumda rekabet kavramı işin içine girmekte ve işler daha karmaşık bir hal almaktadır. Neo klasik öğretilerde her aktör için fiyat veri olarak kabul edilmektedir. Fiyatı aktörler tek başlarına belirleyememektedirler. Bu durumda post otistiklerin sorduğu soru fiyatı kimin belirlediği noktasındadır.

Neo klasik iktisat öğretisinin firma davranışı ya da artan marjinal maliyeti azalan marjinal gelire eşitleyerek kârlılığı maksimize etmek olarak deklare ettiği firma ve ürünlerin ne kadar uygulanabilir olduğu tartışmalı bir konudur. Birçok ürünün karşı karşıya kaldığı gerçek maliyet koşullarına ilişkin araştırmalar, vakaların %95'inde ya da daha fazlasında makul bir ürün seviyesi içerisinde marjinal maliyetlerin ya sabit kaldığını ya da düştüğünü ortaya koymuştur. Firmaların gerçek davranışlarına ilişkin araştırmalar da benzer olarak, vakaların %95 ya da daha fazlasında firmaların azalan marjinal geliri hiç hesaba katmadan mümkün olan en yüksek seviyede satışa ulaşmaya çalıştıklarını göstermiştir.

Neo klasik öğretilerde sıkça dile getirilen tüketici tercihlerinin bütçe doğrusu ile farksızlık eğrilerinin teğet olduğu noktada belirlendiği görüşü de oldukça hayali bir durumdur. Şöyle ki Sippel tarafından yapılan ampirik çalışmada öğrencilerin davranışları, tahmin edilmeye çalışılmış ve başarısız olduğu gözlenmiştir. Başka bir ifadeyle insanların her zaman objektif ve rasyonalist düşünemeyeceği ve neo klasik öğretilerdeki sınırların her zaman gerçek hayatı yansıtmadığı anlaşılmıştır (Sippel,1997:32).

İktisat metodolojisinin öncü isimlerinden Caldwell'e göre ekonomik akıl yürütme olarak belirtilen olgu, önemli ölçüde mikroekonomiye dayanmaktadır. Öğrencilere iktisat dersi verilirken daha az matematik kullanarak daha somut anlatımlara yer verilebilir (Caldwell, 2002: 13). Neo klasik iktisat sağ ve sol olmak üzere birçok ideolojik yapıya hizmet etmektedir. İktisatçılar, neo klasik öğretiyi rekabetçi piyasalara olduğu kadar kapitalist tekele ve sosyalist planlamaya uyarlanmaya çalışmışlardır. Bireyselci pro market neo klasik iktisatçıların yanında liberal ve sosyal demokrat neo klasik iktisatçılar, hatta Marksist neo klasik iktisatçıların varlığı bu durumun kanıtıdır.

## 2.2. Post Otistik Çözüm Önerileri

Post otistik iktisat çözüm önerilerini şu şekilde sıralamaktadır.

- Öğrencilere mikro ekonomi dersi verirken çok daha düşük seviyede matematik kullanılmalıdır. Mesela elastikiyet hesaplamalarında belli seviyede matematiğin yanında tüm kavramlar, üretim olanakları eğrisi ile arz ve talep diyagramları başta olmak üzere grafiksel olarak ele alınmalıdır. Denklemler ve matematiksel ifadeler, sözel yorumlara yardımcı, aracı nitelikte kullanılmalıdır. Özellikle büyüme, enflasyon, faiz, işsizlik, tasarruf ve tüketim eğilimleri gibi makro ekonomik konular ile tüketici fayda maksimizasyonu, üretici fayda maksimizasyonu, maliyet analizleri gibi mikro ekonomi konularının irdelenmesinde saf ekonometrik denklemler kullanılması öğrenciler tarafından anlaşılabilirlik ve yorumlanma konusunda güçlük ortaya çıkaracaktır.

Matematiğin aşırı kullanımı iktisat tarihimizin son 50 yılı içinde biçimlenmiştir. Neo-klasik iktisadın önemli ismi Alfred Marshall'ın yazdıklarında çok az matematik vardı ve matematiği yalnızca bir yardımcı araç olarak görüyordu. Matematiğin gerekli olduğunu ama bütünüyle matematiğe dayanan soyut bir iktisadın doğru olmayacağını düşünüyordu.

- İktisat bilimi, diğer disiplinlerle koordineli çalışmalıdır. Özellikle de finansal krizlerle mücadelede gerekli kamu müdahaleleri ihtiyacı, aktörlerin birlikte çalışması gereğini beraberinde getirmektedir. Son dönemde yaşanan krizler ya da Fransa'daki işsizlik düzeyi gibi güncel problemlerin analizinde neo-klasik teorisin söyleyebileceği fazla bir şey yoktur. Genel denge teorisi yüksek seviyede merkezi bir ekonomiyi tanımlamaktadır. Fakat bu tür bir ekonominin varlığı neo-klasik iktisatçılara bile geçkeçi gelmemektedir (Raveaud, 2002:32).

Disiplinin, yaşamın iktisadi ilişkilerini kavrayabilmesi ancak tarih, sosyoloji, antropoloji gibi sosyal bilimlerle eşgüdümlü hareket edebilmesiyle mümkündür. Kastedilen ilişkilerin zamanlarına, mekânlarına ve aktörlerine göre farklılaşması, iktisadın bu farklılaşmaları kavrayabilecek esnekliğe ve tanımlama yetisine sahip disiplinlere yaklaşmasını zorunlu kılar. İktisat insan ilişkileriyle anlam bulan bir disiplin olmakla beraber bu ilişkilerin kurulmayıp insanı iktisadın nesnesi haline getirmek ya da iktisadi belirleyici bir unsur olarak almak, ilişkiler halinde olması gereken tüm disiplinleri yaralayan hiyerarşik bir düzenin kurulmasına yol açar.

- İktisadın azalan kaynaklarla bağ kurması gerekmektedir. Kirlenme gibi toplumsal olaylar da iktisadın ilgi alanında olmalıdır. Geleceğe ilişkin tam öngörü, fiyat tahminleri gibi durumlar genellikle yanıltıcı olabilmektedir. Bunun yerine günümüzdeki daha gerçekçi sorunlar olan nükleer enerjinin olmadığı bir dünyada kalkınmayı nasıl sürdürebiliriz? , fosil yakıtlara nasıl bir alternatif geliştirebiliriz? , kaynaklara ulaşmada ne gibi yeni yöntemler geliştirebiliriz? , yaşam standardını nasıl yükseltebiliriz? , gibi güncel toplumsal sorunlara cevap aramalıdır.

- İktisadın en önemli konularından biri olan gelir dağılımı konusunda ücretlerin ve kârların seviyeleri nasıl belirlenir sorusuna neo klasik iktisatta yanıt bulunamamaktadır. Çünkü neo klasik iktisatta sosyal sınıflar, bu öğretinin açıklayabileceği değişkenler değildir. Keynesyen ve Marksist öğretilerde değinilen güç kavramı neo klasik teoride keskin şekilde reddedilmekte ve tüm aktörler eşit sayılmaktadır. Post otistik iktisatta güç kavramı objektif şekilde değerlendirilmelidir (Frank, 2002: 77).

- Düşünceye daha fazla yer verilmelidir. Neo klasik iktisattaki gibi var olan iktisadi sorunlara önerilmiş tüm yaklaşımlar arasında sadece birinin sunulması yerine çeşitli düşüncelere yer verilmelidir. Çünkü neo klasik iktisadın izlediği bu yöntem, kendiliğinden doğru kabul edilen ( saf aksiyomatik) niteliktedir. Post otistik iktisat dogmalara karşı bir harekettir.

- Neo klasik iktisadın emek gücü nedeniyle sadece üretim faktörü olarak gördüğü insanı, bu kalıptan dışarı çıkarılmalıdır. İnsanın nasıl daha refah içinde yaşaması gerektiği, nasıl daha adaletli kazanabileceği, kazançlarını nasıl daha etkin şekilde bölüşebileceği gibi sorulara cevap aranmalıdır.

## 3.2008 Küresel Krizinin Post Otistik Analizi

Finansal krizler için çeşitli tanımlamalar bulunmaktadır. Bunlardan Mishkin göre, Finansal kriz, verimli yatırım olanaklarına sahip finansal piyasaların ahlâki tehlike ve ters seçim problemlerinin gittikçe kötüleşmesi nedenleriyle, fonları etkili biçimde kanalize edememesi sonucu ortaya çıkan doğrusal olmayan bozulmadır (Mishkin, 1996:1-2). Özellikle gelişmekte olan ekonomiler, uluslar arası finansal şoklar, döviz kurunun yanlış yönetimi, mali düzensizlik, finansal serbestleşme ve ulusal bankacılık sisteminin zayıflığı gibi çeşitli nedenlerle uluslar arası finansal krizlerle karşı karşıya kalmaktadırlar (Sachs, 1995:22). Küresel kapitalizm ve sermayenin serbestleşmesi ile birlikte ABD de baş gösteren küresel kriz, Avrupa ülkelerine de sirayet ederek 2008 yılının ikinci çeyreğinde tüm dünyayı etkisi altına alan bir krize dönüşmüştür.

2008 yılında ABD nin önde gelen birçok finans kuruluşunda patlak veren, tüm dünyayı etkisine alan ve 2013 yılı itibarıyla hala etkisini devam ettiren küresel kriz, neo klasik iktisat öğretisini yeniden tartışılır hale getirmiştir. Mevcut iktisat öğretisi, kriz öncesi meydana gelen kriz sinyallerini algılayamaması nedeniyle eleştirilmiştir. Gerçekten de birkaç ekonomist dışında o dönemin ekonomisi, sorunsuz bir şekilde işleyen bir ekonomi olarak tarif edilmekteydi.

Krizin ortaya çıkmasıyla uygulanan neoklasik krizler mücadele araçlarının krizi önleme yerine daha da derinleştirilmesi ve sorunsuz alanlara da sirayetini hızlandırması, post otistik eleştirileri tekrar konuşulur hale getirmiştir. Neo klasik öğretilerde piyasalar, devlet müdahalesi olmadığı sürece dengededir. Böylesine bir ortamda, arz ve talep arasındaki dengeyi fiyatlar belirler. Talep arttıkça fiyat artar, arz genişledikçe fiyatlar düşer. Fiyat, talep ve arzdeki değişime duyarlıdır, yani esnekler. Diğer bir deyişle, talep veya arzdeki herhangi bir ani azalış ya da artış, fiyatlara anında yansır. Çünkü 2008 krizi neo klasik öğretinin tezinin aksine müdahalenin olmadığı bir ortamda patlak vermiş ve devlet müdahaleleri ile kontrol altına alınmıştır. Ekonomide reel değişkenler (üretim, istihdam, gelir) para miktarından etkilemediğini Yani, paranın ekonomide fiyat artışlarından başka etkisi olmadığını savunan neo klasik düşüncenin aksine küresel krizde likidite bolluğunun ciddi bir rol oynadığı bilinmektedir. Devlet, para basarak ekonomiyi iyileştiremez, ancak fiyatları yükseltir diyen neo klasiklere inat, küresel krizde birçok devlet müdahalesi ve para basılarak piyasaya likidite pompalanması da uygulanan kriz önleme politikalarından olmuştur.

Neo klasik öğretinin tam rekabet ve eksiksiz bilgiye sahip olma varsayımının 2008 krizi öncesi geçerli olmadığı bilinen bir gerçektir. Küresel krizin en önemli sebeplerinden biri olan yüksek riskli finansal enstrümanları kullanan kişiler, tam bilgiye sahip olmamaları nedeniyle bu riskli kağıtları portföylerine almışlardır.



Post Otistik İktisat Hareketi'nin yayın organı olan "Real-World Economics Review" de yayınlanan "Mad, bad, and dangerous to know" adlı makalede Keen(2009), küresel finans krizinin ortaya çıkmasına yol açan Neo-klasik teorinin, sadece yanlış ve tehlikeli olduğunu ifade etmiştir. Neo-klasik iktisat, yapısında bulundurduğu piyasa ekonomisi ve doğal istikrar inancının bir sonucu olarak gündemdeki krizi doğrudan teşvik ettiğini belirtmiştir (Keen, 2009:2).

Kapitalist sistemi ısrarla benimseyen neo klasik düşüncede kapitalizmin finansal krizleri içinde barındırdığı gerçeği göz ardı edilmiştir. Kapitalizmin spekülasyonlar içinde barındırması, finansal krizlerin kaçınılmaz sebebidir. Oysaki neo klasik iktisat savunucuları, spekülasyonların istikrar sağladığını iddia etmektedirler. Yüksekçe alıp düşüğe satan yatırımcıların irasyonel ve başarısız olduğunu savunmaktadır. Küresel krizin sebeplerine baktığımızda finansal piyasa aktörlerinin yüksek riskli subprime kredileri piyasaya sürdüğü izlenebilmektedir. Söz konusu ürünlerin rasyonel düşünen bireyler tarafından talep edilmesi akıllara şu soruyu getirmektedir. bireylerin rasyonel oldukları için mi yoksa diğer bireyler satın aldığı için mi bu yüksek riskli kredileri satın aldıklarıdır. Subprime kredilerin risk durumunun piyasada kötüye gitmeye başlamasıyla birlikte sahte güven bir anda yok olmuş ve domino etkisiyle piyasalar hızla çözülmeye başlamıştır. Piyasada oluşan konut balonu, Post Otistik iktisadın gerçekçilik sorununu gün yüzüne çıkarmış, sanal bir dünya oluşturularak krize adeta davetiye çıkartmıştır. Benzer şekilde iktisat eğitimi verilirken sadece bir kuram üzerinden derslerin anlatılması, diğer iktisat okullarının anlatılmaması veya gereken önemin verilmemesidir. Dolayısıyla bu sorun, oluşan krizlerin çözümü noktasında ortaya çıkmaktadır. Diğer iktisat kuramlarının krizlere bakış açısı hakkında bilgi sahibi olunması ile belki de bu son yaşanan global ekonomik kriz, global hale gelmeden atlatılabilirdi. Piyasanın tek bir sisteme bağımlı olması bazı görülmesi gereken noktaların görülememesine neden olmuş dolayısıyla olumsuz sonuçların ortaya çıkmasına engel olamamışlardır. Oysaki 2008 krizinin müdahale araçlarına baktığımızda neo klasik iktisadın aksine devlet müdahalelerinin sıkça uygulandığı keynesyen politikaların uygulandığı görülmektedir.

## SONUÇ

2008'de başlayan ekonomik krizi önceden tahmin edebilen ekonomist sayısı, yok denebilecek kadar azdır. Hakim neoklasik ekonomi teorisi, klasik ekonomi teorisinden devraldığı, "Piyasa her şeyi düzenler" ana fikri üzerine dayanıyordu. Neoklasik ekonomi teorisinin, özellikle son ekonomik krizle birlikte inanırlılığını yitirmesinin baş nedeni, bu teorinin işlerliğini gösterebilmek için abstrakt/soyut örneklere ihtiyaç duymasıdır. Neoklasik teorinin artık savunulamayacağını iddia eden belki en önemli bilim adamı, Paul Samuelson'dur. Samuelson, Adam Smith'in klasik ekonomi teorisinin güncellenmiş versiyonu Neoklasik teoriyi, iki temel noktada eleştirmektedir. Sözde Adam Smith tarafından güncellendiği savunulan Adam Smith'in Bütçe/Tüketim konuları ve İşletme/Firma teorisidir. Bu iki alanda da, çok "rasyonel" bir yoldan gidilir ve işletmenin kazancı, yaptığı üretime bağlanır. Bu teoride sürekli kâr söz konusu olmamakla birlikte devasa firmalar daha az çalışan ve daha az üretimle sürekli kâr eden yapılar haline gelmişlerdir. Hatta öyle ki, dünya ekonomisi çökmenin eşiğindeyken bile, kontrol ettikleri devletlerden trilyonlarca Dolar para alabilmiş ve tarihin en büyük "kâr"larını yapabılmışlardır.

2008 Krizi ile neoliberal politikaların çöküşü; bireyin rasyonel olduğu ve ekonomik kararlarında isabet kaydettiği, kamu müdahalelerinin bulunmadığı koşullarda piyasaların otomatik olarak dengeyi sağladığı görüşü, ekonomik krizlerin söz konusu olmadığı şeklindeki serbest piyasa yanlılarının tüm iddia ve görüşlerinin işlevselliğini yitirdiğinin kanıtıdır.

Post Otistik İktisat Hareketi olarak adlandırılan bildiri- de, egemen öğreti olan Neo-klasik iktisat kuramına eleştiri yapılmıştır. Buradaki eleştiri, Neo-klasik iktisat kuramının tamamen dışlanmasına yönelik değil, farklı iktisat kuramlarının tamamlayıcı sıfatla yanına yerleştirilmesine yöneliktir. Post Otistik İktisat Hareketi, Neo-klasik iktisat kuramının varsayımları ve metodolojisini eleştirerek son dönemde yaşanan küresel ekonomik krizin sinyallerinin iktisatçılar tarafından algılanamamış olması, bir bakıma eleştirilerindeki haklılıklarını doğrulamaktadır. Belki de küresel krizin salt neo klasik iktisatla çözüm bulamayacağı görüşü, post otistik hareketin görüşlerine göre neoklasik öğretinin güncellenmesine fırsat verebilecektir.

## KAYNAKLAR

- CALDWELL, Bruce J. (2002). "In Defence of Basic Economic Reasoning", Post Autistic Review, Issue no.13, , Çev.Gökmen Tarık Acar, (Çevrimiçi), [http://www.btinternet.com/%7Eepae\\_news/review/issue13.htm](http://www.btinternet.com/%7Eepae_news/review/issue13.htm), 25.04.2013.
- ÇEÇEN, Aydın (2004). Rasyonel Eylem Aksiyomatik Bilgi ve Homo Economicus, İktisat Üzerine Yazılar I, İstanbul, İletişim Yayınları.
- DURMEIER, Thomas (2005). "Post-Autistic Economics: A German Perspective", Wilhelmshöher Allee 121, D-34121 Kassel, Germany, p.2, [http://eaepe.org/files/Duermeier\\_PAEcon.pdf](http://eaepe.org/files/Duermeier_PAEcon.pdf) (14.02.2013).
- FABER, Malte, REINER Manstetten ve THOMAS Petersen (1997). "Homo Oeconomicus and Homo Politicus. Political Economy. Constitutional Interest and Ecological Interest", Kyklos, 50 (4): 457-83
- FULLBROK Edward (2003). "A brief history of the post autistic economics movement", post autistic economics, 21 November 2001, [http://www.btinternet.com/opae\\_news/history.htm](http://www.btinternet.com/opae_news/history.htm) (erişim)01.05.2013.
- GILLES Raveaud (2002). "For Guerrien... and Beyond", Post Autistic Review, Issue no.13, (Çevrimiçi), [http://www.btinternet.com/%7Eepae\\_news/review/issue13.htm](http://www.btinternet.com/%7Eepae_news/review/issue13.htm), 4.04.2013.
- GUERRIEN, Bernard (2002). "Is There Anything Worth Keeping in Standart Microeconomics?", Post Autistic Review Issue no.12, March 2002, , (Çevrimiçi) [http://www.btinternet.com/%7Eepae\\_news/review/issue12.htm](http://www.btinternet.com/%7Eepae_news/review/issue12.htm), 26.04.2013.
- KAHNEMAN, Daniel. (1999). Experienced Utility and Objective Happiness: A moment Based Approach, Cambridge University Press.
- KAHNEMAN, Daniel ve TVERSKY Amos (1979). "Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk" Econometrica, vol.47, no.2., 263-291.
- KATALIN, Martinas (2003). "Is the Utility Maximization Principle Necessary", Post Autistic Review, issue no.12, 101-114.
- LANGE, Oskar (1968). Ekonomi Politik 4, Ekonomi Politikte Akımlar ve Bilimsel Bilginin Belirlenmesi, (Çev: Muvafak Şeref), İstanbul, Ataç Kitabevi.
- MISHKIN, FREDERİC (1996). "Lessons From the Asian Crisis", NBER Working Papers, 1-2, <http://www.nber.org/papers/w7102>, 10.10.2012.

- NELSON, Julie A.. (2004). Standart Mikroekonomiden Geride Ne Bırakılmalıdır?, Post Otistik İktisat ,Editör: Kaya Ardıç, İstanbul, IFMC İktisat Dergisi Yayınları.
- REINHARD Sippel(1997). “An Experiment On The Pure Theory Of Consumer Behaviour”, The Economic Journal, 107 (September), 1431±1444. # Royal Economic Society 1997. Published by Blackwell Publishers, 108 Cowley Road, Oxford OX4 1JF, UK and 350 Main Street, Malden, MA 02148, USA.
- ROTERING, Frank (2002). “Towards a New Economics”, Post Autistic Review, Issue no.14, , (Çevrimiçi), [http://www.btinternet.com/%7Epae\\_news/review/issue14.htm](http://www.btinternet.com/%7Epae_news/review/issue14.htm), 4.03.2013.
- SACHS, JEFFREY (1995). “Alternative Approaches to Financial Crises in Emerging Markets”, İnternet Adresi: <http://www.hiid.harvard.edu/pub/pdfs/568.pdf>, Erişim Tarihi: 14.03.2013.
- WEINTRAUB, Roy E. (1999). “How Should we Write The History of Twentieth Century Economics?” Oxford Review of Economic Policy, vol.15,139-152.
- WIKIPEDIA, (Çevrimiçi), <http://tr.wikipedia.org/wiki/Otizm>, 17 Ocak 2008.

# URBAAN EXAMINATION of PERSONAL CARE ADVERTISEMENTS THROUGH SEMIOLOGICAL ANALYSIS

## ABSTRACT

*This paper focuses on an analysis of reproducing meanings by personal care advertisements. The main purpose of the study is to identify the world presented or created by advertisements for the consumers and to clarify basic characteristics and components of this world. Within this direction, advertisements of personal care products towards women and men are analyzed comparatively. In this process, personal care advertisements published in 2013 are investigated through semiological analysis. In the conclusion of the study, the differences and similarities between advertisements of personal care products towards women and men were revealed. In this regard, the foreground values and concepts in the advertisements in order to persuade consumers were determined.*

*Keywords: advertising, semiological analysis, personal care advertisements*

## GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZ YOLUYLA KİŞİSEL BAKIM REKLAMLARININ İNCELENMESİ

Yeşim ÇELİK\*

## ÖZET

*Bu çalışma, kişisel bakım ürünleri aracılığıyla anlamın yeniden üretilmesinin analizine odaklanmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı, reklamlar tarafından sunulan ya da yaratılan dünyayı tanımlamak ve bu dünyanın ana karakteristiklerini ve bileşenlerini açıklamaktır. Bu doğrultuda, kadınlara ve erkeklere yönelik kişisel bakım ürünleri reklamları karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Bu süreçte, 2013 yılında yayımlanan kişisel bakım ürünleri reklamları göstergebilimsel analiz ile çözümlenmiştir. Bu çalışmanın sonucunda, kadınlara ve erkeklere yönelik kişisel bakım ürünleri reklamları arasındaki benzerlikler ve farklılıklar ortaya konulmuştur. Bu çerçevede, tüketicileri ikna etmek için reklamlarda ön plana çıkarılan kavramlar ve değerler belirlenmiştir.*

*Anahtar sözcükler: reklam, göstergebilimsel analiz, kişisel bakım ürünleri reklamları.*

## INTRODUCTION

This paper focuses on an analysis of reproducing meanings by personal care advertisements. The main purpose of the study is to identify the world presented or created by advertisements for the consumers, and to clarify basic characteristics and components of this world. Within this direction, advertisements of personal care products towards women and men are analyzed comparatively. In this process, personal care advertisements published in 2013 are investigated through semiological analysis.

Within this frame, first, researches have been conducted to analyze meaning construction and ideology in the field of advertising are mentioned. In the second part, the method of the current study is explained. In the third part, the findings of the research are presented, and in this frame, a semiological analysis of Nivea cellular anti-age cream, Bvlgari Omnia Crystalline perfume, Paco Rabanne Invictus perfume, and Wella SP Men natural shade gradual tone advertisements is presented. In the conclusion part, the differences and similarities between advertisements of personal care products towards women and men are revealed. In this regard, the foreground values and concepts in the advertisements in order to persuade consumers are determined.

### 1. Literature Review

The present study is based on the theoretical framework of cultural studies. As noted by Barker (2008), cultural studies is an interdisciplinary field of enquiry which analyzes the production and inculcation of maps of meanings (p. 38). Within this perspective, cultural studies focused on the study of culture as the signifying practices of representation within the context of social power (Barker, 2008: 7, 38). In this respect, Storey (2003) pointed

out that the core interest of the cultural studies is the relations between culture and power, and culture refers the production, circulation and consumption of the meanings (p. 3). In this manner, cultural studies analyze how the world is socially constructed and represented, and examine how meaning is produced symbolically in language as a signifying system (Barker, 2008: 7). A number of studies based on the framework of cultural studies have been conducted to analyze meaning construction and ideology in the field of advertising (e.g. Souza & Leao, 2013; Khattab, 2012; Anderson, Dewhurst & Ling, 2006; Oyedele & Minor, 2012; Alaniz & Wilkes, 1995; Caillat & Mueller, 1996). Within this perspective, the prominent studies related to meaning construction and ideology in advertisements are mentioned in this section. In this manner, Judith Williamson is one of the most prominent scholars. Williamson (1978) focused on decoding advertisements, and examined how ideology is reproduced, and which meaning is created in advertisements. Williamson examined the process of creating difference, and pointed out meaning transference from the referent system to product

“Images, ideas or feelings become attached to certain products, by being transferred from signs out of other systems (things or people with ‘images’) to the products, rather than originating in them. This intermediary object or person is bypassed in our perception; although it is what gives the product its meaning, we are supposed to see that meaning as already there, and we rarely notice that the correlating object and the product have no inherent similarity, but are only placed together (hence the significance of form). So a product and an image/emotion become linked in our minds, while the process of this linking is unconscious.” (p. 30).

As another example of this line, Souza and Leao (2013) analyzed the pepper brand advertisements, and focused on how myths reproduced in the advertisements. In this context, semiological analysis was used to examine Chilli Bean’s advertisements. The findings of the study indicated that a reproduction of myths which sustain the metanarrative that gives meaning to the brand: hedonism p. 575). Besides, Khattab (2012) focused on female

\*Arş. Gör. Dr., Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Böl., Reklamcılık ve Tanıtım Anabilim Dalı.

identity in local and international women's magazines. The study employed semiology to deconstruct signs and discover the deeper ideological function of advertising. In this frame, magazine front covers and product advertisements were selected for a semiotic reading. The findings of the study revealed that both international and local magazines portrayed women in sexualized ways, and mainstream global values appear to be determining factors even in the magazines (p. 14). Likewise, it is also found that despite attempts made by locally distributed international magazines such as *Cosmopolitan* to localize images, models continued to represent mainstream global-national values of beauty, filling locally distributed women's magazine pages with images of the perfect woman (p. 14). Besides, Harrison (2008) focused on masculine identity, and analyzed an online advertisement for male mascara. Harrison pointed out that during the past two decades, the traditional concept of masculinity has challenged by the pervasive spread of metrosexual attitudes and practices through Western cultures (p. 55). The analysis indicated that the producers of the advertisement encourages men to be consumers of feminine-style products while also allowing them to maintain the characteristic features that have traditionally been gendered as masculine by the composition of verbal and visual components (p. 55). A number of studies have been conducted to analyze cosmetic advertisements in Turkey. In this frame, Çabuk (2012) focused on referent systems and ideology in advertisements in order to indicate how meaning structures are constructed. Within this perspective, six advertisements on cosmetics published in *Cosmopolitan Turkey* magazine is examined by employing semiological analysis. The findings of the study pointed out that the advertisements frequently used the myths of science, technology and beauty (p. 57-58). Collaterally, the findings of the study revealed that these myths serve for the maintenance of the dominant belief system, and the main assertion is that "science is the source of beauty and youth" (p. 40). Similarly, Kavukcu (2013) examined cosmetic advertisements towards women by conducting semiological analysis. In this regard, cosmetic advertisements in *Elele*, *Instyle*, *New Beauty* and *Vogue* magazines, television advertisements, advertisements in pharmacies and cosmetic shops, and internet advertisements were investigated. The findings of the study indicated that the models do not have the mentioned problems (acne, cellulite, wrinkles etc.) in the advertisements (p. 210). The analysis pointed out that the feeling of becoming perfect came into prominence in the cosmetic advertisements (p. 210). In these researches conducted by Çabuk and Kavukcu, only cosmetic advertisements towards women were analyzed. Apart from that, a number of studies have been focused on representation of gender in advertisements (e.g. Dönmez, 2012; Aşçı, 2012; Batı, 2010; Coşmuş, 2008; Tekvar, 2006; Sabuncuoğlu, 2006). In this frame, Tekvar (2006) focused on gender signs in magazine advertisements, and examined how gender roles and stereotypes were built in magazine advertisements. In this regard, the advertisements published in men's magazine *FHM* and women's magazine *Cosmopolitan* were investigated comparatively by employing semiological analysis and content analysis. The findings of the study revealed that there occur mostly linguistic texts in *Cosmopolitan* commercials while visual texts are more than linguistic texts in *FHM* commercials (p. 343). The analysis indicated that there were not taken place any obvious sexual intercourse signs in *FHM* advertisements while they were detected in *Cosmopolitan* advertisements (p. 343). In addition, it is determined that both of the magazines included signs, which associate with fetishism and sexual fantasies. In the research conducted by Tekvar, advertisements towards women and men

were examined in the example of different product categories (p. 343). Similarly, Batı (2010) examined feminine body portrayal preferences in magazine advertisements. In this respect, in the first phase, content analysis is conducted in order to determine the thematic categories of women's stereotyped body portrayal. In the second phase, advertisements were investigated through semiological analysis. The findings of the study pointed out that advertisements contribute sexist notions about ideal woman's body (p. 103). In this frame, it is found that sexual body imagery of women on the verge of pornography has taken place in the advertisement, and these images reinforced stereotypes of women as sex objects, and contain unrealistic notions about women's body (p. 129). Likewise, Sabuncuoğlu (2006) focused on gender in the example of television advertisements. In this respect, fourteen television advertisements by employing judgmental sampling. Semiological analysis conducted in order to specify if there are masculine and feminine features in television advertisements. In the conclusion of the study, masculine and feminine features were determined in television advertisements. The findings of the study pointed out that traditional feminine models came into prominence in the advertisements (p. 207). The analysis indicated that characteristic features of masculine models were overwhelmingly reproduced the traditional male image (p. 207-208). In the researches conducted by Batı and Sabuncuoğlu, advertisements towards women were examined in the example of different product categories. Within this context, the current study is aimed to determine basic characteristics and components of the world presented or created advertisements for the consumers in the example of personal care advertisements. In this respect, the differences and similarities between advertisements of personal care products towards women and men are investigated.

## **2. Method**

This research is characterized as an qualitative study. In this respect, personal care advertisements published in 2013 were investigated through semiological analysis. Semiology is a qualitative, structuralist approach to studying signs and codes within texts (Caillat & Mueller, 1996). As noted by Barker (2008), semiotics is one of the key methodologies in cultural studies, and focused on how the meanings generated by texts have been achieved through a particular arrangement of signs (p. 35). In this manner, Leiss, Kline and Jhally (1990) pointed out that semiology is useful for analyzing advertisements, particularly in "its capacity to dissect and closely examine a cultural code, and its sensitivity to the nuances and oblique references in cultural systems" (p. 214). In the process of semiological analysis, all the elements, verbal and visual, are identified, signs and their denotative features are specified; these components are grouped according to the concepts they carried; referent systems and myths reproduced within this context, main contradictions and meaning embedded in the advertisement are revealed (e.g. Souza and Leao, 2013; Khattab, 2012; Anderson, Dewhurst and Ling, 2006). Within this perspective, in the current study, evaluation of visual components is realized based on the studies conducted by Van Leeuwen and Jewitt, and Kress and van Leeuwen. Van Leeuwen and Jewitt (2001), and Kress and van Leeuwen (2006) provide a detailed and comprehensive analysis in visual design. In the present study, judgmental sampling, a non-random sampling technique, was used. As pointed out Mick and Oswald (2006), selective sampling is common in studies using semiotic analysis. In this manner, advertisements, published in 2013, selected from *Marie Claire*, *Capital*, *Hurriyet* and *Men's Health* were examined. In this frame Nivea advertisement for cellular

anti-age cream published in Hürriyet, Bvlgari advertisement for Omnia Crystalline perfume published in Marie Claire, Paco Rabanne advertisement for Invictus perfume published in Men's Health, and Wella advertisement for SP Men Natural Shade Gradual Tone published in Capital, were analyzed.

### 3. Findings

In this section, a semiological analysis of Nivea cellular anti-age cream, Bvlgari Omnia Crystalline perfume, Paco Rabanne Invictus perfume, and Wella SP Men natural shade gradual tone advertisements is presented.

#### 3.1. Nivea Cellular Anti-Age Cream Advertisement

Nivea advertisement for cellular anti-aging cream is shown in Figure 1. A blonde woman is taken place on the left side of the advertisement. Cells are taken place in the background of the advertisement. The model is shown different positions in the cells. In the first position, the model is sleeping at the top of the advertisement. In the second position, the model is sitting, and lifting her arms. In the third and fourth position, she is acting. The product is located on the right side of the advertisement. Headline, body copy, brand name, and website address of the company are taken place at the bottom of the advertisement.



**Figure 1: Nivea Advertisement for Cellular Anti-Age Cream (2013)**

An anti-ageing skincare cream called as Cellular Anti-Age produced by Nivea is introduced in the advertisement. Harrison (2008) pointed out that the placement of represented participant-simplifies different information roles. In this regard, represented participants on the left side have the value of being 'given' knowledge while represented participants on the right are 'new' (Harrison, 2008: 68; Kress and van Leeuwen, 2006: 209). Besides, represented participants at the top have the value of being 'ideal' while represented participants below represent the 'real' (Harrison, 2008: 68; Kress and van Leeuwen, 2006: 209). Within this perspective, in the current study, the model refers to given knowledge while cells that are taken place on the right side of the advertisement refer to new knowledge. The product on the right side of the advertisement refers to new knowledge. Besides, the model and cells at the top of the advertisement have the value of being ideal while the product and the text at the bottom of the advertisement represent the real. Apart from that, salience implies the attainment of an unrepresented participant to capture the viewer's attention, and, in this frame, the size, sharpness of

focus, tonal contrast, colour contrast, and preferences about the placement of the components in the foreground or background (Harrison, 2008: 68; Kress and van Leeuwen, 2006: 209). In this context, the larger represented participants, components in the focus, areas of high tonal contrast, and represented participants in the foreground have greater salience (Harrison, 2008: 68; Kress and van Leeuwen, 2006: 209). In this manner, in the current study, the larger picture of the model has greater salience than other components in the advertisement. Besides, the product and the text in the foreground of the advertisement have greater salience than the cells in the background of the advertisement. Similarly, the areas of high tonal contrast in the advertisement -the frame of text, the terms new and Nivea- have greater salience. As shown Figure 1, strongly saturated colour in the advertisement is dark blue. In this respect, the terms new, anti-age, cell rejuvenation, day, SPF 15, hyaluronic acid, and magnolia extract have greater salience. In addition, preferences about framelines, pictorial framing devices, empty spaces, continuity in colour, and visual shapes affects whether represented participants are seen as connected or disconnected (Harrison, 2008: 68; Kress and van Leeuwen, 2006: 209). In this regard, more continuity in colour and in shapes means greater connection (Harrison, 2008: 68). Within this perspective, in the present study, blue and white preferred as dominant colours in the advertisement. Blue refers to positive connotation like tranquil and serenity, high quality, trustworthy and dependable (Jacobs et al., 1991; Miles, 2010). White refers to purity, cleanness, and clarity (Mahnke, 1996; Wright, 1988; Fraser & Banks, 2004; Labrecque & Milne, 2012). Besides, the main components in terms of visual continuity are cells in the advertisement. Cells in the upper right side, and cells at the bottom of the advertisement contribute to create greater connection.

In the Nivea advertisement for cellular anti-age cream, the model is looking directly at the viewer. In this manner, Harrison (2008) underlined that "faces create strong engagement on the part of the viewer through the image act/gaze and social intimacy/distance" (p. 66). When the model is looking directly at the viewer, this causes the viewer to feel a strong engagement with the model (p. 66). This gaze has important functions:

"In the first place it creates a visual form of direct address. It acknowledges the viewers explicitly, addressing them with a visual 'you.' In the second place it constitutes an 'image act' ... the participant's gaze (and the gesture, if it is present) demands something from the viewer, demands that the viewer enter into some kind of imaginary relation with him or her" (Kress and van Leeuwen, 2006: 117-118)

Besides, spatial distance between represented participants and the viewer is important in creating a sense of intimacy or non-intimacy (Harrison, 2008: 67). In this regard, Kress and van Leeuwen (2006) pointed out that the relation between the participants represented in images, and participants are portrayed as though they are friends, or as though they are strangers (p. 126). In the present study, concerning social intimacy and distance, it is noticed that the model is photographed at a close personal distance (head-and-shoulder shot). A head-and-shoulder shot contributes to create the kind of intimacy that exists between people who are willing to touch one another physically -family members, close friends, and lovers (Harrison, 2008: 67). Apart from that, regarding perspective in terms of vertical angle, it is noticed that the model is positioned at a medium angle to the viewer. This implies that represented participant has equal power with the

viewer (Harrison, 2008: 66; Kress and van Leeuwen, 2006: 148). In addition, regarding perspective in terms of horizontal angle, the model is positioned at a frontal angle to the viewer. This implies that the model is ‘one of us’ (Harrison, 2008: 66), and “what you see here is part of our world, something we are involved with” (Kress & van Leeuwen, 2006: 136).

Cellular awakening and rejuvenation of the skin come into prominence in the headline of the advertisement. In this frame, the innovative dimension of the product is pointed out, and, in this respect, it is implied that skin care works at the cellular level. In this manner, it is emphasized that the product provides skin cell renewal, and induces cells to behave like younger ones. Besides, it is underlined that the Nivea Cellular Anti-Age is a new care product. It is also stated that the product is a day cream, and includes hyaluronic acid, magnolia extract, and contains sun protection factor (SPF) which reduces the negative effects of the sun and protect the skin. In addition, it is pointed out that the product reduces the wrinkles, improves the skin’s firmness, and provides cell rejuvenation. In this manner, Harrison (2008) stated that “mood indicates the way that the speaker wishes to interact with the reader, and is determined by whether a clause is in the declarative, is a command, or is in the form of a question” (p. 65). In the current study, every clause in the Nivea advertisement is declarative. In other words, declarative statements are preferred rather than a command or a question. Harrison (2008) pointed out that regarding declarative statements,

“the text does not tell the reader to do something or pose rhetorical questions that he cannot answer. In this way, the reader is in a position of equality with the text. It is informative; he will make his own judgments as to the worth of the information.” (p. 65)

In addition, Harrison (2008) remarked that modality is a way in which the text reflects the attitudes of the speaker, and associated with the use of verbal modifiers that reflect negativity, positivity, obligation, inclination, possibility, and certainty (p. 65). In the present study, verbal components in the Nivea advertisement illuminate the features of the product as positive and certain. Modal operators (e.g. would, could, should, might) have not been used in the Nivea advertisements.

In the Nivea cellular anti-aging cream advertisement, regarding categorization made by Souza and Leao (2013), Williamson (1978) and Fiske (1996), “eternal youngness”, femininity, “miraculous beauty” and science myths are reproduced. The innovative dimension of the product -cellular awakening and rejuvenation of the skin- come into prominence by the composition of verbal and visual components. In this manner, the model is shown in different positions -sleeping, sitting and lifting her arms, and acting- in the cells. This refers to cellular activity, cell rejuvenation, and youngness. The model, who has bright, firm and younger-looking skin, and cell rejuvenation are presented as ideal in the advertisement. In this frame, it is pointed out that Nivea cream proposed a solution for ageing process as a natural phenomenon. The advertisement implies that Nivea cream neutralized the signs of ageing, and slows down aging process. Nivea anti-age cream provides a brighter, firmer and younger-looking skin, and the product is proposed for women not desiring to have a wrinkled dull skin. Besides, in the level of connotative meaning, the use of terms like cellular, SPF 15, and hyaluronic acid, and cells in the background of the advertisement refers to science. As Harrison (2008) pointed out that the discourse about the products attempts to validate their use

through scientific terminology (p. 61). Within this perspective, main contradictions in the advertisement are youngness versus oldness, femininity versus masculinity, firm skin versus wrinkled skin, bright skin versus dull skin, younger-looking skin versus older looking skin, anti-ageing versus aging.

### 3.2. Bvlgari Omnia Crystalline Advertisement

Bvlgari Advertisement for Omnia Crystalline perfume is shown in Figure 2. A young, blonde haired model is taken place in the middle of the advertisement. The model wears the precious and sparkling crystal jewelries. The model is keeping the cap of perfume bottle in her hands, and holding the cap of perfume bottle to her neck on a white background. Brand name is taken place from left side to right side of the advertisement. The phrase “Omnia Crystalline Perfume” is taken place under the brand name at the bottom of the advertisement.



Figure 2: Bvlgari Advertisement for Omnia Crystalline Perfume (2013)

A new perfume called as Omnia Crystalline produced by Bvlgari is introduced in the double page magazine advertisement. Within the perspective based on van Leeuwen and Jewitt (2001), and Kress and van Leeuwen (2006), the model holding the cap of perfume bottle in her hands on the left side of the advertisement refers to given knowledge. The model, who is carrying a crystal jewellery on her head, is taken place on the right side of the advertisement refers to new knowledge. Besides, the information about the product on the left side of the advertisement refers to new knowledge. The model at the top of the advertisement has the value of being ideal while the brand name and information about the product at the bottom of the advertisement represent the real. The brand name located in near the center of the advertisement provides the nucleus of information. The information about the product in the margin of the advertisement refers to surrounding elements that contribute to main knowledge. Apart from that, the larger picture of the model, and brand name that is written by larger font size have greater salience. The areas of high tonal contrast in the advertisement -brand name, and the information about the product- have greater salience. As stated above, more continuity in colour and in shapes means greater connection (Harrison, 2008: 68). In this manner, in the current study, black, white, and rose gold preferred as dominant colours in the advertisement. In the level of connotative meaning, black refers to sophistication, glamour, power, and in the fashion world, black expresses status, elegance, richness, and dignity; white refers to purity, cleanness, and clarity (Mahnke, 1996; Wright, 1988; Fraser & Banks, 2004; Labrecque & Milne, 2012). Rose gold refers to gentleness, warmth, modernity, and luminescence (<http://bvlgariomnia.bulgari.com/us/the-iconic-bottle>). Besides, the main components in terms of visual conti-

nity are brand name on the cap of the perfume bottle and brand-name lettering under the photographs of the model. Besides, the main components in terms of visual continuity are opulent jewelries in the advertisement. Ostentatious ring on the finger is taken place both the left side and right side of the advertisement. These components contribute to create greater connection. In the Bvlgari Advertisement for Omnia Crystalline Perfume, the model is looking directly at the viewer. As stated above, this causes the viewer to feel a strong engagement with the model (Harrison, 2008: 66). Regarding social intimacy and distance, it is noticed that the model is photographed at a close personal distance. Concerning perspective in terms of vertical angle, it is noticed that the proportion of the vertical angle is low, and the model is positioned at a a bit high angle to the viewer. As noted by Sells and Gonzalez (2002), this implied that the power difference between the depicted and the viewer is minimal-small enough to overcome, perhaps by purchasing the product. Apart from that the perfume bottle has not taken place in the advertisement. Instead, only the cap of the perfume bottle is taken place in the advertisement. The cap of perfume bottle resembles infinity symbol. Collaterally, in Bvlgari' website, it is stated that

“Two circular halves that wink at Bulgari’s historical roots of Greek symbolism, intertwine naturally and sinuously, projecting a radiant and gentle grace. ... A metaphor of infinity and power, the bottle stirs the senses and boosts confidence. The ∞ is the ancient symbol of infinity and balance that for the Ancient Greeks, symbolized air, one of the four fundamental elements associated with liberty, movement, lightness and spiritual uplift”(http://bvlgariomnia.bulgari.com/us/the-iconic-bottle )

Verbally, it is stated that Omnia Crystalline is a perfume in the Bvlgari advertisement. In this respect, omnia means all or everything in Latin (http://latindictionary.wikidot.com/adjective:omnis). Crystalline means having the structure and form of a crystal or composed of crystals (http://www.oxforddictionaries.com/ definition/english/crystalline?q=Crystalline). In this manner, the term crystalline refers to a mythological figure. Collaterally, in Bvlgari's website, crystalline is described, and it stated that “it feels like stone, but looks like water: ‘petrified by the gods’ according to the ancient Greeks who named this raw material, which is nearly as hard as diamond, Krystallos”(http://bvlgariomnia.bulgari.com/us/the-sparking-crystal).

In the Bvlgari advertisement for Omnia Crystalline perfume, regarding categorization made by Souza and Leao (2013), Williamson (1978) and Fiske (1996), femininity, “miraculous beauty”, and “material power” myths are reproduced. Standard of beauty and aesthetic ideal are referred in the Bvlgari Omnia Crystalline advertisement. The young and beautiful model, who is carrying a crystal jewellery on her head and on her finger, is presented as ideal in the advertisement. the Bvlgari brand at the bottom of the advertisement represent the real. The model is positioned at a a bit high angle to the viewer in the advertisement. As noted by Sells and Gonzalez (2002), this implied that the power difference between the depicted and the viewer is minimal -small enough to overcome, perhaps by purchasing the product. In this manner, Bvlgari is proposed for women being admired and being approved, and desiring to illuminate luminous femininity. Collaterally, in Bvlgari blog, it is stated that Omnia Crystalline captures the glowing clarity of crystal light, a sparkling jewel of light, reflects and reveals a woman's radiance, luminosity, gentle sensuality, and graceful femininity (http://bvlgariomnia.blogspot.com/). Within this perspective, crystal

comes into prominence by the composition of verbal and visual components. In this manner, the main components in terms of visual continuity are opulent jewelries in the advertisement. In the level of connotative meaning, crystal jewelries in the advertisement implies luxury, luminescence, and glamour. Using precious stones refers to high status, and upper social class. Visually, ostentatious crystal ring on her finger is paired with the cap of perfume bottle. Possession of precious stones as a marker high status paired with Bvlgari. Exquisite model wearing the precious and sparkling crystal jewelries prefers Bvlgari Omnia. It is implied that women preferring Bvlgari Omnia Crystalline perfume has high status. Within this perspective, main contradictions in the advertisement are high status versus low status, precious stones versus worthless stones, bright versus dull, femininity versus masculinity.

### 3.3. Paco Rabanne Invictus Advertisement

Paco Rabanne Advertisement for Invictus Perfume is showned in Figure 3. The muscled model is carrying a metal cup on his shoulders. The metal cup is similar form with perfume bottle. Cloudy sky is taken place in the background of the advertisement. Two half-naked women are taken place at the bottom of the advertisement. These women are holding the cup-shaped perfume bottle. Brand name is taken place in the middle of the advertisement. The phrase -“The new fragrance for him”-, and “Invictus” are taken place under the brand name. Website address of the company is taken place at the bottom of the advertisement.



**Figure 3: Paco Rabanne Advertisement for Invictus Perfume (2013)**

A new perfume called as Invictus produced by Paco Rabanne is introduced in the single page magazine advertisement. Within the perspective based on van Leeuwen and Jewitt (2001), and Kress and van Leeuwen (2006), the metal cup, which is similar form with perfume bottle, on the left side of the advertisement refers to given knowledge. The model carrying a metal cup on his shoulders at the top of the advertisement has the value of being ideal while the cup-shaped perfume bottle, and two half-naked women holding the perfume bottle at the bottom of the advertisement represent the real. Represented participants in the center provide the nucleus of information while represented participants in the margin are subservient components (Harrison, 2008: 68; Kress and van Leeuwen, 2006: 209). In this frame, the brand name and name of the perfume in the center of the advertisement provide the nucleus of information. The model, women and the perfume bottle in the margin of the advertisement refer

to surrounding elements that contribute to main knowledge. The larger picture of metal cup, the model, and brand name that is written by larger font size have greater salience. Similarly, the perfume bottle and brand name in the foreground of the advertisement have greater salience than cloudy sky in the background of the advertisement. The areas of high tonal contrast in the advertisement –cloudy sky in the background–have greater salience. Black, white, metallic grey, and purple are preferred as dominant colours in the advertisement. As stated above, in the level of connotative meaning, black refers to sophistication, glamour, power, and in the fashion world, black expresses status, elegance, richness, and dignity; white refers to purity and clarity (Mahnke, 1996; Wright, 1988; Fraser&Banks, 2004; Labrecque&Milne, 2012). Purple connotes luxury, authenticity, quality, sophistication, and intelligence (Mahnke, 1996; Wright, 1988; Fraser&Banks, 2004; Awad, 2007; Labrecque&Milne, 2012). Grey implies intellect and modesty (Awad, 2007). In this manner, Harrison (2008) examined a mascara advertisement towards men, and pointed out that this advertisement features a conservative colour palette of black, grey, white, and brown –a stark contrast to similar advertising to women in which the colours are many, vibrant, and lush (p. 61). Apart from that, the main components in terms of visual continuity are the metal cup and the cup-shaped perfume bottle. These components contribute to create greater connection. It is noticed that there are not empty spaces in the advertisement, and components in the advertisement connect each other. In the Paco Rabanne advertisement for Invictus perfume, the model is looking directly at the viewer. As stated above, this creates imaginary relation with the viewer (Kress and van Leeuwen, 2006: 117-118). Concerning social intimacy and distance, the model is photographed at a far personal distance (from the waist up). Regarding perspective in terms of vertical angle, it is noticed that the model is positioned at a medium angle to the viewer. As stated above, this implies that represented participant has equal power with the viewer (Harrison, 2008: 66; Kress and van Leeuwen, 2006: 148). Concerning perspective in terms of horizontal angle, it is noticed that the model is positioned at a frontal angle to the viewer. As mentioned above, this implies that the model is “one of us” (Harrison, 2008: 66), and “what you see here is part of our world, something we are involved with” (Kress & van Leeuwen, 2006: 136).

Verbally, the term Invictus refers to undefeated person or unbeaten person, and achieving victory. In this manner, a mythologic figure is referred by the name Invictus perfume in the Paco Rabanne advertisement. In this manner, Sol Invictus was a solar deity in the Roman Empire in the third century (Halsberghe, 1972). Besides, the expression “The new fragrance for him”

in Paco Rabanne advertisement is a declarative phrase. In other words, a declarative phrase is preferred rather than a command or a question. In this manner, as noted by Harrison (2008), regarding declarative phrases, the text does not tell the reader to do something or pose rhetorical questions that he cannot answer (p. 65)

In the Paco Rabanne advertisement for Invictus perfume, regarding categorization made by Souza and Leao (2013) and Fiske (1996), masculinity and success myths are reproduced. In this regard, the dark-haired and muscled male implies masculine look. In this manner, Harrison (2008) pointed out that the photographs of muscular body parts and handsome faces, which are representations of male beauty, are a tribute to the male body and propose that any man using the product advertised is either as beautiful or has the potential to achieve such beauty with the

product (p. 64). Harrison (2008) analyzed a mascara advertisement towards men, and remarked that discursive choices of this advertisement reveal parallels and disjunctions with cosmetic advertising to women (p. 61). In this frame, Harrison pointed out that

“Visually, the representations of men are photographs of faces as well as body parts such as mouths, eyes, biceps, and torsos. This is similar to the way women’s bodies have been depicted in advertising –not as a whole, but in parts which can be manipulated and, thus, objectified by the producer” (p. 61).

The man carrying a metal cup on his shoulders is presented as leader and conqueror, and implies undefeated champion in the Paco Rabanne advertisement. Two half-naked women holding the perfume bottle at the bottom of the advertisement reinforce the domination of undefeated champion. Victory and invincibility come into prominence by the composition of verbal and visual components. The model carrying a metal cup on his shoulders is presented as ideal in the advertisement. The name of the perfume –Invictus– in the center of the advertisement provides essential information. In this manner, the main components in terms of visual continuity are the metal cup and the cup-shaped perfume bottle in the advertisement. In the level of connotative meaning, the cup and the term Invictus refer to competition, victory, being a champion, courage, brave, irresistible, unconquerable hero. Expression on his face and posture of the model refers to honour of victory. Within this perspective, main contradictions in the advertisement are victory versus defeat, success versus failure, being a champion versus being a defeated person, masculinity versus femininity.

#### 3.4. SP Men System Professional Gradual Tone Advertisement

Wella Advertisement for SP Men Natural Shade Gradual Tone is shown in Figure 4. Dark-haired man is taken place in the middle of the advertisement. Digital codes (one and zero) are taken place in the background of the advertisement. Brand name is taken place on the left side of the advertisement. The phrase “Men System Professional” is taken place under the brand name. Headline, body copy, the logo of company, and slogan are taken place at the bottom of the advertisement.



Figure 4: Wella Advertisement for SP Men Natural Shade Gradual Tone (2013)



A new hair shading product called as SP Men Natural Shade Gradual Tone produced by Wella is introduced in the single page magazine advertisement. The product provides shading for grey hair, prevents the natural cycle of whitening of hair, and contributes to turn grey hair into black or brown hair. Within the perspective based on van Leeuwen and Jewitt (2001), and Kress and van Leeuwen (2006), the brand name, a set of purple coloured digital codes, and the text on the left side of the advertisement refer to given knowledge. The product on the right side of the advertisement refers to new knowledge. The brand name, the model, and the purple coloured digital codes at the top of the advertisement has the value of being ideal while the product and the text at the bottom of the advertisement represent the real. The larger picture of the model, brand name and headline that are written by larger font size have greater salience. Besides, the brand name, a set of purple coloured digital codes, the information about the product, and the picture of the product in the foreground of the advertisement have greater salience. On the contrary, a set of white and grey coloured digital codes in the background of the advertisement has less salience. The model, brand name, the text, and the product are in the focus of the advertisement while a set of white and grey coloured digital codes are out of focus and blurred. The areas of high tonal contrast in the advertisement -the brand name and headline- have greater salience. Black, purple, and white are preferred as dominant colours in the advertisement. As mentioned above, in the level of connotative meaning, black implies sophistication, glamour, power, and in the fashion world, black expresses status, elegance, richness, and dignity; white refers to purity and clarity (Mahnke, 1996; Wright, 1988; Fraser&Banks, 2004; Labrecque&Milne, 2012). Purple connotes luxury, authenticity, quality, sophistication, and intelligence (Mahnke, 1996; Wright, 1988; Fraser&Banks, 2004; Awad, 2007; Labrecque&Milne, 2012). In this manner, as mentioned above, Harrison (2008) examined a mascara advertisement towards men, and pointed out that this advertisement feature a conservative colour palette of black, grey, white, and brown -a stark contrast to similar advertising to women in which the colours are many, vibrant, and lush (p. 61). Apart from that, the main component in terms of visual continuity is brand name "SP". Besides, the main components in terms of visual continuity are also purple, white and grey coloured digital codes. "SP" and digital codes contribute to create greater connection in the advertisement. In the Wella advertisement for SP Men Natural Shade Gradual Tone, the model is looking directly at the viewer. This invites the viewer to share the enriching experience of wearing cosmetics (Harrison, 2008: 66). In this case, the face concerning social intimacy and distance, the model is photographed at a far personal distance (from the waist up). Regarding perspective in terms of vertical angle, it is noticed that the model is positioned at a medium angle to the viewer. As mentioned above, this implies that represented participant has equal power with the viewer (Harrison, 2008: 66; Kress and van Leeuwen, 2006: 148). Concerning perspective in terms of horizontal angle, it is noticed that the model is positioned at an oblique angle to the viewer. This implies that the model is "one of them" (Harrison, 2008: 66).

In the Wella advertisement for SP Men Natural Shade Gradual Tone, box of the product and comb are presented like an upright tower. In this manner, Harrison (2008) remarked that regarding vertical tube and its angled wand in the mascara advertisement, "the mascara product is presented in an architectural manner, with the mascara tube resembling an upright tower while the applicator leans, in a vector of motion, at a sharp angle to it"

(p. 63). Harrison pointed out that the architectural representation of the mascara tube and wand is designed to make men see the product use as rational rather than emotional" (p. 65). Kress and van Leeuwen (2006) emphasized that straight lines and angular designs mean mechanical, technological order, as opposed to curves and circles which implies natural processes (p. 54-55). As noted by Harrison (2008), angularity reflects "a world we can, at least in principle, understand fully and rationally", and technological skill and rational thinking are characteristic features related to traditional masculinity (p. 63-64). In the light of these, the composition of the box of the product and comb, and the square shape of the text in the Wella advertisement for SP Men Natural Shade Gradual Tone refers to technological order, rational thinking, and traditional masculinity.

Verbally, recoding of excellence or perfection comes into prominence in the headline of the advertisement. It is pointed out that enable color pigment of SP Men Natural Shade Gradual Tone allows for a gradual return to natural hair color -black or brown- in the body copy of the advertisement. Besides, it is implied that grey hair gradually regains their natural shade step by step. The product enables a gentle, mild, smooth return to the hair's natural colour. It is also stated that suitable for hair with a grey level of up to 70 %. The specially developed anti-aging technology with vitamin C and pigments supplied simultaneously with the hair color and care. Additionally, it is pointed out that skin compatibility dermatologically approved. The phrase "Men System Professional" refers to specialization in the field of men care. The slogan is "SP: The science of personalized care". The slogan emphasizes being a personalized product of Wella SP Men, and refers to customising clients treatments according to their hair needs and wants. In the current study, every clause in the Wella advertisement is declarative. In other words, declarative statements are preferred rather than a command or a question. As mentioned above, Harrison (2008) pointed out that regarding declarative statements, the reader is in a position of equality with the text, and the viewer will make his/her own judgments as to the worth of the information (p. 65). Apart from that, in the study conducted by Harrison, the verbal text overwhelmingly represents the qualities of the product as positive and certain (p. 65). Similarly, in the current study, verbal components in the Wella advertisement represent the features of the product as positive and certain. Apart from that, Harrison (2008) remarked that the mascara advertisement towards men mixes the discourse of advertising of female personal care products with language designed to appeal to the traditional male (p. 61). According to Harrison (2008),

"the verbal and visual discourses in the advertisement work together to create a meaning for mascara that is at odds with societal conventions that it is a product only for women. Eyelashes and what mascara can do for them are de-emphasized. Rather, the approach is holistic with the face emphasized, suggesting that male mascara will add to an overall effect of health and beauty, rather than distinguishing one specific facial feature. Hence, buying mascara becomes not a vanity purchase, but a masculine activity based on forethought and rationality." (p. 64)

Within this perspective, Harrison (2008) also pointed out the avoidance of some terms which is frequently used in the advertisements towards women:

"On the one hand, the products are not renamed to conceal their feminine roots -for example, 'mascara' is not 'lash enhancer.'"

On the other hand, make-up in general is considered ‘corrective,’ that is, as addressing a health concern rather than a beauty issue. Also, much of the discourse about the products attempts to validate their use through scientific terminology. Thus, Velocity Moisturizer Emulsion, a facial cream, is ‘vitamin-enriched’ with the capacity to ‘stabilize skin’s natural defenses ... while special humectants attract and hold additional moisture for hours.’ (p. 61)

Harrison (2008) focused on verbal processes in each clause, and pointed out that “the advertisement’s text positions the mascara as a product that can improve male appearance without creating a feminine look. It does this by primarily encoding the mascara as an actor -in this case, a ‘tool’ that gets things done in just the right way” (p. 62). The clausal analysis of Studio5ive advertisement indicated that the mascara, the primary participant, and its variants are the subject of the seven independent clauses, and in six of these, the mascara is actively achieving goals (p. 63). In addition, Harrison (2008) pointed out that “the avoidance of the term ‘eyelashes’ or ‘lashes’ is reflected in the visual text, which has no image of eyelashes at all -a discursive feature which is usually highlighted in mascara advertising to women” (p. 63). Within this perspective, when verbal components are underestimated in the present study, similar features are specified. In this respect, it is noticed that the product encodes as an actor, and the term “hair dyeing” is not used in the Wella advertisement.

In Wella advertisement for SP Men Natural Shade Gradual Tone, regarding categorization made by Souza and Leao (2013), Williamson (1978) and Fiske (1996), “eternal youngness”, masculinity, and “science” myths are reproduced. Masculinity, and perfection come into prominence by the composition of verbal and visual components. The dark-haired model and the coloured digital codes are presented as ideal in the advertisement. The product at the bottom of the advertisement represents the real. As stated above, concerning perspective in terms of horizontal angle, it is noticed that the model is positioned at an oblique angle to the viewer. This implies that the model is ‘one of them’ (Harrison, 2008: 66). In this manner, it is pointed out that Wella natural shade product proposed a solution for the natural cycle of whitening of hair, and contributes to turn grey hair into black or brown hair. Wella advertisement for SP Men Natural Shade Gradual Tone addresses to men who desire a perfect-looking appearance. In the level of connotative meaning, the use of terms like pigment, vitamin C, and the phrase “skin compatibility dermatologically approved” refers to science. Within this perspective, main contradictions in the advertisement are youngness versus oldness; younger-looking appearance versus older-looking appearance; grey hair versus black/brown hair; recode versus not recode; masculinity versus femininity; perfection versus imperfection.

#### 4. Conclusion

In the conclusion of the study, the differences and similarities between advertisements of personal care products towards women and men were revealed. In this regard, the foreground values and concepts in the advertisements in order to persuade consumers were determined. Regarding similarities between advertisements of personal care products, it is indicated that femininity and beauty myths are reproduced in the personal care advertisements towards women. Collaterally, masculinity myth is reproduced in the personal care advertisements towards men. Science and youngness myths are reproduced in the advertisements of cosmetics used for beautification. Femininity and masculinity

are reproduced in the perfume advertisements. In this context, the main contradiction in the advertisements is femininity versus masculinity in the personal care advertisements. Besides, the main contradictions in the advertisements of cosmetics used for beautification are youngness versus oldness; younger-looking appearance versus older-looking appearance; anti-ageing versus ageing. Concerning the composition of visual components, it is determined that the larger components in the personal care advertisements in terms of salience are the models. Personal care advertisements focused on physical appearance, and the body is presented as parts in these advertisements. As mentioned above, Harrison pointed out that “visually, the representations of men are photographs of faces as well as body parts such as mouths, eyes, biceps, and torsos. This is similar to the way women’s bodies have been depicted in advertising -not as a whole, but in parts which can be manipulated and, thus, objectified by the producer” (p. 61). Besides, the models are presented as ideal in the personal care advertisements while the products at the bottom of the advertisements represent real. The areas of high tonal contrast -the brand name, headline and some terms- have greater salience in the personal care advertisements. The product, headline and brand name is taken place in the foreground of the advertisements. In this context, the products are presented as solutions for younger-looking appearance or achieving success or gaining higher status. Besides, personal distance comes into prominence rather than social distance or public distance in the personal care advertisements. The models are looking directly at viewer in the personal care advertisements. As mentioned above, this causes the viewer to feel a strong engagement with the model, and creates imaginary relation with the viewer (Harrison, 2008: 66; Kress and van Leeuwen, 2006: 117-118). Apart from that, verbally, it is specified that the products are presented as solutions for younger-looking appearance or achieving success or gaining higher status in the advertisements of cosmetics used for beautification. Apart from that, verbally, it is specified that declarative, positive, and certain statements are used in the advertisements of cosmetics used for beautification. The products encode an actor and achieve goals in the advertisements of cosmetics used for beautification. As Harrison (2008) pointed out that the users of the product are backgrounded (p. 63). Standardized advertising approach is preferred rather than localized strategy in personal care advertisements. These advertisements have not been referred to local cultural values. The same or similar visual components are used in the beautification and perfume advertisements.

Regarding dissimilarities between advertisements of personal care products, it is indicated that although the composition of visual and verbal components in the SP Men advertisement resembles the Nivea advertisement, it is noticed that the term hair dyeing is not used in the Wella advertisement. In this manner, as mentioned above, Harrison (2008) also pointed out that the verbal components conceal their feminine roots, and the using of terms which is usually used in advertisement towards women is avoided (p. 61-63).

Besides, mythological figures are referred in the perfume advertisements while these components have not taken place in the advertisements of cosmetics used for beautification. Foreign language is used, or local language is not preferred in the perfume advertisements while the headline and the body copy are translated in the advertisements of cosmetics used for beautification. Apart from that, concerning advertisements towards women, science myth is reproduced in Nivea advertisement while mate-

rial powermyth is reproduced in Bvlgari advertisement. Concerning advertisements towards men, success myth is reproduced in the perfume advertisement towards men while science and youngness myths are reproduced in the perfume advertisement towards women. Regarding the composition of visual components, it is determined that the visual components are overwhelmingly used in the perfume advertisements. Verbal components come into prominence in the advertisements of cosmetics used for beautification rather than in the perfume advertisements.

## REFERENCES

Alaniz, Maria L. & Wilkes, Chris (1995). "Reinterpreting Latino Culture In The Commodity Form: The Case Of Alcohol Advertising In The Mexican American Community". *Hispanic Journal of Behavioral Sciences*. 17: 430-451.

Anderson, S. J., Dewhurst, T & Ling, P. M. (2006). "Every Document and Picture Tells A Story: Using Internal Corporate Document Reviews, Semiotics, and Content Analysis To Assess Tobacco Advertising". *Tobacco Control*. 15 (3): 254-261.

Aşçı, Didem (2012). *Semiotic Analysis of Woman Image: A Research in Today'ss Istanbul Outdoor Advertisements* (Unpublished Master Thesis). Istanbul: Yeditepe University Graduate School of Social Sciences.

Awad, Elias M. (2007). *Electronic Commerce: From Vision to Fulfillment*. New Jersey: Prentice Hall Publication.

Barker, Chris (2008). *Cultural Studies: Theory and Practice*. California: Sage Publication.

Batı, Uğur (2010). "Reklamcılıkta Retorik Bir Unsur Olarak Kadın Bedeni Temsilleri". *Kültür ve İletişim*. 13 (1): 103-133.

Bvlgari Advertisement for Omnia Crystalline Perfume (2013). *Vogue Turkey*.

Caillat, Zahn & Mueller, Barbara (1996). "The Influence of Culture on American and British Advertising: An Exploratory Comparison of Beer Advertising". *Journal of Advertising Research*. 36 (3): 27-45.

Coşmuş, Sevda (2008). *Feminist Söylem Açısından Televizyon Reklamlarında Sunulan Kadın İmgesi* (Unpublished Master Thesis). Ankara: Gazi University Graduate School of Social Sciences.

Çabuk, Didem (2012). "Cosmopolitan Reklamlarında Anlam Yapıları ve İdeoloji". *Global Media Journal Turkish Edition*. 3 (5): 40-60.

Dönmez, İbrahim Hakan (2012). "Reklamda Cinsel Arzu Nesnesi Olarak Erkeğin Sunumu". *International Symposium on Language and Communication: Research Trends and Challenges*. Izmir University on June 10-13 2012. [http://www.researchgate.net/publication/255979786\\_Reklamda\\_Cinsel\\_Arzu\\_Nesnesi\\_Olarak\\_Erkegin\\_Sunumu/file/e0b495213767218be3.doc](http://www.researchgate.net/publication/255979786_Reklamda_Cinsel_Arzu_Nesnesi_Olarak_Erkegin_Sunumu/file/e0b495213767218be3.doc). (accessed on 23 August 2013).

Fiske, John (1982). *Introduction to Communication Studies*. London: Routledge.

Fraser, Tom & Banks, Adam (2004). *Designer's Color Manual: The Complete Guide to Color Theory and Application*. San Francisco: Chronicle Books.

Halsberghe, Gaston (1972). *The Cult of Sol Invictus*. Leiden: Brill.

Harrison, Claire (2008). "Real Men Do Wear Mascara: Advertising Discourse and Masculine Identity". *Critical Discourse Studies*. 5 (1): 55-73.

<http://bvlgariomnia.bulgari.com/us/the-iconic-bottle> (accessed on 23 August 2013).

<http://bvlgariomnia.bulgari.com/us/the-sparking-crystal> (accessed on 23 August 2013).

<http://latindictionary.wikidot.com/adjective:omnis> (accessed on 23 August 2013).

23 August 2013).

<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/crystalline?q=Crystalline> (accessed on 23 August 2013).

Jacobs, Lawrence, Keown, Charles, Worthley, Regina & Ghymn, Kyung-il (1991). "Cross-cultural Colour Comparisons: Global Marketers Beware". *International Marketing Review*. 8(3): 21-30.

Kavukcu, Sevim (2013). *Kadın kozmetik ürün reklamlarının göstergebilimsel yöntem aracılığıyla çözülmesi* (Unpublished Master Thesis). Istanbul: Beykent University Graduate School of Social Sciences.

Khattab, Umi (2012). "Saya Happy: Re-reading the Promotion of Female Identity in Local and International Women's Magazines -ASemiotic Study". *E-Journal of Social & Behavioural Research in Business*. 3 (1): 14-28.

Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (Second edition). London: Routledge.

Labrecque, Lauren & Milne, George (2012). "Exciting Red and Competent Blue: The Importance of Color in Marketing". *Journal of the Academy of Marketing Science*. 40 (5): 711-727.

Leiss, William, Kline, Stephen & Jhally, Sut (1990). *Social Communication in Advertising: Persons, Products and Images of Well-Being*. New York: Routledge.

Mahnke, Frank H. (1996). *Color, Environment, and Human Response*. New York: Reinhold.

Mick, David Glen & Oswald, Laura R. (2006). "The Semiotic Paradigm on Meaning in the Marketplace". In *Handbook of Qualitative Research Methods in Marketing*. Edited by BELK, Russell W. Cheltenham: Edward Elgar.

Miles, Anastasia (2010). *Empathizing Color Psychology in Web Design*. <http://www.1stwebdesigner.com/design/color-psychology-website-design/> (accessed on 23 August 2013).

Souza, Ildembergue Leite & Leao, Andre Luiz Maranhao de Souza (2013). "Does Dionysius Wear Chilli Beans? Mythological Analysis of the Pepper Brand Advertising". *RAC-Revista de Administraçao Contemporanea*. 17 (5): 574-597.

Nivea Advertisement for Cellular Anti-Age Cream (2013). *Hürriyet Newspaper*.

Oyedele, Adesegun & Minor, Michael S. (2012). "Consumer Culture Plots in Television Advertising from Nigeria and South Africa". *Journal of Advertising*. 41 (1): 91-108.

Paco Rabanne Advertisement for Invictus Perfume (2013). *Men's Health Turkey*.

Sabuncoğlu, Ayda (2006). *Televizyon Reklamlarında Toplumsal Cinsiyet* (Unpublished Master Thesis). Izmir: Ege University Graduate School of Social Sciences.

Sells, Peter and Gonzalez, Sierra (2002). *The Language of Advertising*. [http://www.stanford.edu/class/linguist34/Unit\\_15/perspective.htm](http://www.stanford.edu/class/linguist34/Unit_15/perspective.htm) (accessed on 23 August 2013).

Storey, John (2003). *Cultural Studies and The Study of Popular Culture*. Georgia: The University of Georgia Press.

Tekvar, Oya Sırma (2006). *Dergi Reklamlarında Toplumsal Cinsiyet Göstergeleri: FHM ve Cosmopolitan Reklamlarının Karşılaştırmalı Göstergebilimsel Çözümlemesi* (Unpublished Master Thesis). Ankara: Ankara University Graduate School of Social Sciences.

van Leeuwen, T., & Jewitt, C. (Eds.). (2001). *Handbook of visual analysis*. London: Sage Publications.

Wella Advertisement for SP Men Natural Shade Gradual Tone (2013). *Capital*.

Williamson, Judith (1978). *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising*. London: Boyars.

Wright, Angela (1988). *The Beginner's Guide to Colour Psychology*. London: Colour Affects Ltd.

# LOJİSTİK REGRESYON ANALİZİ İLE ÖĞRETMENLER ÜZERİNDE BİR UYGULAMA

Mustafa ÖZKAN\*

## ÖZET

*Bu çalışmada Giresun ilinde görevlerini ifa eden öğretmenlerin, mesleklerinden haz alıp almamalarına sebep olan etkenler incelenmeye çalışılmıştır. Çalışma için elde edilen verilere ait sonuçlar binary (ikili) durumda olduğu için çalışma lojistik regresyon analizi (Logit) yardımıyla sonuçlandırılmıştır. Yapılan analiz sonucunda öğretmenlerin mesleklerinden haz almamalarını etkileyen faktörlerin başında, öğretmenin kendini sürekli yenileme isteğinin olması faktörünün olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, öğretmenleri mesleklerinden soğutan faktörlerden olan birçok değişkenin öğretmenler için önemli bir etkiye sahip olmadığı da fark edilmiştir.*

*Anahtar Kelime: Lojistik Regresyon, Logit, Eğitim*

## AN APPLICATION ON TEACHERS WITH LOGISTIC REGRESSION MODEL

### ABSTRACT

*In this page, it has been tried to investigate the factors of the teachers, take pleasure in their jobs, work in Giresun City. Because of the reseach results look binary situaiton, it was used to logistic regression in this page. The result shows that is the first factor of not untake pleasure their job is wanted to reform themselves for in job and many factors which we believed that have an important impact to love job, don't have an important impact in being teacher.*

*Key words: Logistic Regression, Logit, Education*

### GİRİŞ

Sosyal ve beşeri bilimlerin günden güne geliştiği çağımızda, bu bilgilerin genç nesillere aktarılması çok önemli bir süreçtir. İlimlerin genç nesillere aktarılmasında görev alan neferler olan öğretmenlerin mesleklerinden aldıkları zevk ve mutluluklar onların verimliliklerini de doğal olarak etkilemektedir. Bu çalışmada, Giresun ilinde görevlerini ifa eden öğretmenlerin mesleklerinden haz alıp almadıkları ve bu duyguların oluşmasını etkileyen faktörlerin neler olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Uygulamada, Giresun ilinde görevlerini ifa etmekte olan öğretmenlerle yapılan anket sonucu elde edilen bilgilerin bir kısmı analize tabi tutulmuştur. Öğretmenlerin mesleklerinden haz alıp almadıklarını belirlemek için açıklayıcı değişken olarak kullanılan “mesleğinizden soğuduğunuzu hissediyor musunuz?” şeklinde sorulan anket sorusu binary durumunda olduğu için çalışma lojistik regresyon analizi olarak değerlendirilmiştir. Çalışmada, öncelikle lojistik regresyon analizi hakkında genel teorik bilgiler anlatılmış, daha sonra konu ile ilgili veriler lojistik regresyon analizi yardımıyla analiz edilmiş ve sonuç kısmında genel bir değerlendirmeye yer verilmiştir.

## 1. LOJİSTİK REGRESYON ANALİZİ

Bağımlı değişkenin kategorik olması durumunda veri analizi için diğer mümkün teknikler olarak diskriminant analizi, probit analizi, logaritmik doğrusal regresyon ve lojistik regresyon sayılabilir (Oğuzlar, 2005: 22). Lojistik regresyon analizinin kullanım amacı istatistikte kullanılan diğer model yapılandırma teknikleriyle aynıdır. En az değişkeni kullanarak en iyi uyuma sahip olacak şekilde sonuç değişkeni (bağımlı yada cevap değişkeni) ile bağımsız değişkenler kümesi (açıklayıcı

değişkenler) arasındaki ilişkiyi tanımlayabilen ve genel olarak kabul edilebilir modeli kurmaktır (Coşkun ve diğerleri, 2004: 42).

Klasik olarak, lojistik regresyon modelleri deneysel koşullar altında elde edilen veriler için, örneğin, biyolojik deney ve uygulama dozlarına duyarlılık durumlarında uygun bulunurlar. Lojistik regresyonun mevcut kullanım yöntemleri gözlemsel çalışmalardan elde edilen analiz verilerini içerir (Pregibon, 1981: 705).

Bilindiği üzere lojistik regresyon analizinde lojistik fonksiyonlar kullanılır. Lojistik fonksiyon veya lojistik eğri 1844 veya 1845 yıllarında Pierre François Verhulst tarafından popülasyon büyümesinde sigmoid eğri olarak kullanılmıştır (Çelik, 2011: 387). İleri parametrik olmayan bir istatistiksel metot olan lojistik regresyon, bağımlı değişken sağlam-bozuk gibi mutlaka ikili sonucu olan değişken olduğunda kullanılır (Akgül ve Çevik, 2005: 390).

Logit(lojistik) model terimi, 1944 yılında Joseph Berkson tarafından tanıtıldı. Bu terim, 1934 yılında Chester Ittler Bliss tarafından geliştirilen lojistik regresyona çok benzeyen probit model ismiyle güncelleştirildi(Cramer, 2003: 10). 1949 yılında GA Barnard yaygın olarak kullanılan lod-odds terimini oluşturdu; Log-odds bir olayın olabirliğinin lojistiğidir (<http://en.wikipedia.org>). 1968 yılında, Gordon ve Kannel'in kardiyolojik hastalıklarla ilgili yaptıkları çalışma ikili lojistik regresyon analizinin başlangıcı olmuştur (Aktaş, 2006: 108).

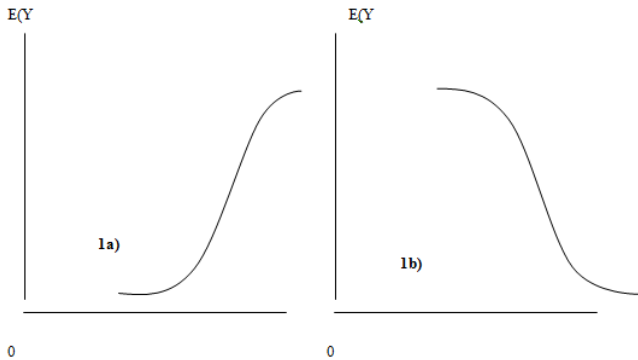
Türkiye’de lojistik regresyon analizi ile birçok alanda ve çeşitlilikte çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalardan sadece eğitim yada eğitim faktörleri veri olarak kullanılan çalışmalardan bir kısmı aşağıdaki gibi özetlenebilir;

\*Öğr. Görevlisi, Cumhuriyet Üniversitesi Suşehri M.Y.O.

Ünalan ve arkadaşları, meslek yüksekokulu öğrencilerin öz-bakım gücü düzeylerini belirlemek ve bunları etkileyen faktörleri belirlemek üzere çalışmada bulunmuştur (Ünalan ve diğerleri, 2006: 95). Kayri ve Okut, özel yetenek sınavlarına giren bireylerin başarısını, cinsiyet ve risk oranlarını karışık lojistik regresyon analizi ile belirlemeye çalışmışlardır (Kayri ve Okut, 2008: 227). Atik, ilköğretim 6. 7. ve 8. sınıflarda okuyan öğrencileri arasındaki zorbalık ve kurban olma davranışını etkileyen faktörlerin belirlenmesi üzerine çalışmada bulunmuştur (Atik, 2009: VI). Evren ve arkadaşları, üniversite öğrencilerinde şiddet davranışlarının algılanan sağlık ile ilişkisi ve bu ilişkinin cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere lojistik regresyon analizini kullanarak belirlemeye çalışmışlardır (Evren ve Diğerleri, 2011: 380).

Lojistik regresyon modelleri zayıf ölçülebilir değişkenler arasındaki ilişkinin şeklini ortaya koyan modellerdir. Yapılan birçok çalışmada bağımlı değişken sadece iki sonuca sahiptir. Genellikle üzerinde durulan olayın gerçekleşmesi 1 gerçekleşmemesi ise 0 ile gösterilir. Hem teorik hem de deneysel incelemeler bağımlı değişken iki sonuçlu iken cevap fonksiyonunun şeklinin S veya ters S şeklinde olacağını göstermiştir. Bağımlı değişken, Şekil 1a ve 1b'de de görüldüğü gibi bitiş noktaları dışında yaklaşık olarak doğrusaldır. Bu cevap fonksiyonları 0 ile 1 değerlerinde X ve Y eksenlerine asimptotudur.

#### Şekil 1: S ve ters S şeklindeki cevap fonksiyonu grafikleri



#### Şekil 1'de gösterilen cevap fonksiyonları, lojistik cevap fonksiyonları olarak bilinir.

Lojistik fonksiyonun 0 ile 1 arasında bir değişim aralığına sahip olması lojistik fonksiyonun tercih edilmesindeki ilk önemli nedendir. Lojistik model, ortaya çıkacak riski 0 ile 1 arasında herhangi bir değer olarak tahmin etmeye yarar. Başka bir deyişle 1'in üstünde veya 0'ın altında bir risk olmaz. Bu durum, her model için her zaman doğru olmamaktadır (Bircan, 2004: 188-189).

Biri bağımlı (Y) ve diğeri bağımsız (X) değişken olmak üzere iki değişkeni olan lojistik regresyon modeli,

$$P(Y) = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 X}}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 X}} = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 X)}}$$

şeklinde formüle edilmektedir.

Buna ek olarak, bağımsız değişkenin birden çok olduğu durumlarda (çok değişkenli lojistik regresyon) ise,

$$P(Y) = \frac{e^Z}{1 + e^Z} = \frac{1}{1 + e^{-Z}}$$

olarak ifade edilebilir.

Yukarıda ki ifadede Z, bağımsız değişkenlerin doğrusal gösterimidir ve  $-\infty$  ile  $+\infty$  arasında bir değer alırken, Zi 0 ile 1 arasında değer alır (Gujarati, 2004: 595). Ayrıca, Z aşağıdaki gibi yazılır;

$$Z = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_p X_p$$

Yukarıda gösterilen eşitlikte  $\beta_0$ ,  $\beta_1$ ,  $\beta_2$  ve  $\beta_3$  regresyon katsayılarıdır.

Modele ait regresyon katsayıları,

olarak hesaplanmaktadır ve  $Q(Y) = 1 - P(Y)$  dir.

Lojistik regresyonun sonuçları odds oranlarını (odds ratios)

$$\ln \frac{P(Y)}{Q(Y)} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_p X_p$$

$$\frac{P(Y)}{Q(Y)} = e^{\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_p X_p} = e^{\beta_0} + e^{\beta_1 X_1} + e^{\beta_2 X_2} + e^{\beta_3 X_3} + \dots + e^{\beta_p X_p}$$

sunar. Lojistik regresyon analizi faktörlerinin göreceli önemlerinin sonuçlarını belirlemek ve değerlendirmek için güçlü bir araçtır. Sözü edilen göreceli önem denklemlerinde olduğu gibi regresyon katsayılarının hesaplanması, ayrıca ek olarak bağımlı değişken dikkate alınarak, her bağımsız değişkenin ne kadar önem(risk) taşıdığı bulunmaktadır (Çelik, 2011: 388). Kısaca, odds oranı olma ihtimalinin olmama ihtimaline oranı olarak tanımlanmaktadır. Odds oranı, epidemiyologların nisbi risk dediği riskin tahmininde kullanılır. Risk, toplam meydana gelen orandır. Nisbi risk ise, bir durumdaki riske karşılık diğer durumdaki riskin olmasıdır (Akgül ve Çevik, 2005: 391). Örnek olarak, evli olup olmama durumunda mesleki motivasyonun yüksek olması riskleri verilebilir. Odds oranı (OR değeri) 1'e yakın olan değişkenler Y'nin değişimine önemli etkide bulunmayan değişkenlerdir. Bu tür değişkenlerin katsayıları anlamlı değil ise bu değişken önemli bir etken değildir. Katsayı anlamlı olmak şartıyla, 1'den büyük OR değerleri bu değişkenin önemli bir etken olduğunu gösterir. 0'a yakın OR değerleri ise, katsayı anlamlı olmak şartıyla, değişkenin önemli bir etken olduğunu ancak Y'nin düşük değerle almasına neden olduğu negatif etkili bir etken olduğunu gösterir (Çevik, 2004: 387; Özdamar, 2002: 633).

Modelin uygun olup olmadığı test edilebilir. Bu nedenle, test işlemlerinde olan sıfır ve alternatif hipotezler yazılabilir (Çelik, 2011: 392-393):

H0: Model verileri temsil etmektedir.

H1: Model verileri temsil etmemektedir.

Yazılan hipotezi test etmek için en çok olabirlik (maximum likelihood) kullanılmaktadır. Hipotezlerin testinde L(likelihood) istatistiğinin dönüştürülmüş şekli olan  $-2\text{LogL}(-2LL)$  istatistiği kullanılır.  $-2LL$  istatistiği, k modeldeki parametre sayısını göstermek üzere -k serbestlik derecesiyle  $X^2$  dağılımına yakın-

sar. -2LL istatistiği, modele girecek bağımsız değişkenlerin modele katkılarının olup olmadığını test etmede de kullanılmaktadır. Bu durum, lojistik regresyon katsayılarının test edilmesi demektir.

Lojistik regresyonda, gözlenen değer tahmin edilen değerler ile karşılaştırılması, log ihtimal (log likelihood) fonksiyonuna dayanır. İyi model, gözlenen sonuçların yüksek ihtimallerini oluşturan modeldir. Bunun anlamı, -2LL'Lden küçük olmasıdır. Eğer model mükemmel uyumlu olursa, ihtimal (likelihood) 1 ve -2LL 0 olur (Akgül ve Çevik, 2005: 397-398).

## 2. UYGULAMA

Çalışmanın bu kısmında Giresun ilinde görevlerini sürdüren öğretmenlerden rassal olarak seçilen 306 denek öğretmene uygulanan “mesleki tükenmişlik anketi” sonuçları kullanılmıştır. Öğretmenlerin anket sorularına vermiş oldukları cevaplar, SPSS 17.0 paket programı yardımıyla lojistik regresyon analizine tabi tutulmuştur.

Anket katılımcılarının mesleklerini yapmaktan soğuduklarını belirten “meslekitukenmişlik” değişkeni açıklanan değişken olarak belirlenmiştir. Veriler 0:Hayır (mesleğimden soğumadım) ve 1: Evet (mesleğimden soğudum) olarak kodlanmıştır.

Açıklayıcı değişkenler olarak ise belirlenmiş olarak “cinsiyet, medeni durum, mskvizyon, öğrencifkri, kurum, yaş, dinclik, diyalog, yönetim, yenileme ve yıl” değerlendirilmiştir. Cinsiyet değişkeni, öğretmenin cinsiyetini belirlemekte olup 1: kadın ve 2: erkek olarak kodlanmıştır. Medeni durum değişkeni, öğretmenin evli olup olmadığını belirtmekte ve 1: bekâr ve 2: evli olarak belirlenmiştir. Mskvizyon değişkeni, öğretmenin alanında güzel işler yapabileceğine inancı olup olmadığını ifade etmekte olup “1: hiçbir zaman, 2:Çok nadir, 3: bazen, 4:çoğu zaman, 5: her zaman” olarak kodlanmıştır. Öğrencifkri değişkeni, öğretmenin öğrencileri tarafından nasıl algılandığını önemseyip önemsemediğini ifade etmektedir ve “1: hiçbir zaman, 2:Çok nadir, 3: bazen, 4:çoğu zaman, 5: her zaman” olarak kodlanmıştır. Kurum değişkeni, öğretmenin ne tür bir okulda çalıştığını ifade etmekte olup, “1: genel lise, 2: meslek lisesi, 3: Anadolu-fen lisesi, 4: diğer lise türleri” olarak kodlanmıştır. Yaş, değişkeni öğretmenin yaşını ifade etmektedir. Burada “1: yaş  $\leq$  35 ve 2: yaş  $\geq$  36” olarak değerlendirilmiştir. Dinclik değişkeni, öğretmenin öğrencilerle bir araya geldiğinde kendini dinç ve enerjik hissedip hissetmediğini ifade etmektedir ve “1: hiçbir zaman, 2:Çok nadir, 3: bazen, 4:çoğu zaman, 5: her zaman” olarak kodlanmıştır. Diyalog değişkeni, öğretmenin kendine göre, öğrencileri ile iyi diyalog kurup kuramadığını ifade etmektedir ve “1: hiçbir zaman, 2:Çok nadir, 3: bazen, 4:çoğu zaman, 5: her zaman” olarak kodlanmıştır. Yönetim değişkeni, öğretmenin okul idaresi ve çalışanlarla iyi ilişki kurup kuramadığını ifade etmektedir ve “1: hiçbir zaman, 2:Çok nadir, 3: bazen, 4:çoğu zaman, 5: her zaman” olarak kodlanmıştır. Yenileme değişkeni, öğretmenin kendisini yenilemenin içinden gelip gelmediğini ifade etmektedir ve “1: hiçbir zaman, 2:Çok nadir, 3: bazen, 4:çoğu zaman, 5: her zaman” olarak kodlanmıştır. Yıl değişkeni, öğretmenin kaç yıldır öğretmenlik yaptığını ifade etmek olup “1: 0-5 yıl arası, 2: 6-10 yıl arası, 3: 11-15 arası, 4: 16-20 yıl arası, 5: 21 ve üzeri yıl” olarak kodlanmıştır.

Lojistik regresyon analizi öncesinde, açıklayıcı değişkenlerin frekans durumları ve ki-kare analizi ile aralarında ki ilişki incelenmiştir. Anketleri cevaplayan öğretmenlerden elde edilen

veri seti doğrultusunda aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

Anketi cevaplayan öğretmenlerin, %66'sı mesleklerinde soğumadıklarını, %34'ü ise mesleklerinden soğuduklarını beyan etmişlerdir. Bununla birlikte, öğretmenlerin %34,6'sı kadın ve %65,4'ü erkektir. Ayrıca örneklemin oluşturulduğu öğretmenlerin %12,4'ü bekâr, %87,6'sı evlidir. Örnekleme bulunan öğretmenlerin kendilerini, branşlarında iyi işler yapacak güçte hissedip hissetmedikleri yönündeki anket sorusuna %2'si hiçbir zaman bu güçte olmadıkları, %2'si çok nadir böyle hissetleri, %10,5'i bazen böyle hissettikleri, %45,8'i çoğu zaman böyle hissettikleri ve %39,9'u her zaman böyle hissettikleri yönünde bilgi vermişlerdir. Anketi cevaplayan öğretmenlerin, öğrencilerin kendileri hakkındaki düşüncelerini umursayıp umursamadıkları şeklimdeki anket sorusuna %42,5'i hiçbir zaman, %27,1'i çok nadir, %18'i bazen, %7,5'i çoğu zaman ve %4,9'u her zaman önem verdikleri yönünde bilgi vermişlerdir. Anketi cevaplayan öğretmenlerin %12,7'si genel lisede, %53,6'sı meslek lisesinde, %30,4'ü Anadolu veya fen lisesinde ve %3,3'ü diğer lise türlerinde çalışmaktadır. Anketi cevaplayan öğretmenlerin %42,8'i 35 ve altı ve %57,2'si 36 ve üzeri yaşta ki öğretmenlerden oluşmuştur. Öğretmenlerin, öğrencilerle bir araya geldiklerinde kendilerini dinç hissedip hissetmedikleri yönünde sorulan anket sorusuna %2'si hiçbir zaman, %5,6'sı çok nadir, %14,4'ü bazen, %51'i çoğu zaman ve %27,1'i her zaman şeklinde cevap vermişlerdir. Öğretmenlerin öğrencilerle iyi diyalog kurup kuramadıkları yönünde sorulan anket sorusuna cevapları %0,7 hiçbir zaman, %0,3 çok nadir, %6,5 bazen, %50 çoğu zaman, %42,5 her zaman şeklinde cevap vermişlerdir. Yine ankete katılan öğretmenler “Okul yöneticileri ve diğer çalışanlarla iyi diyalog kurabilir misiniz?” şeklinde ki anket sorusuna, %0,7 hiçbir zaman, %1 çok nadir, %7,5 bazen, %46,4 çoğu zaman, %44,4 her zaman şeklinde cevap vermişlerdir. “Kendinizi yenilemek içinizden geliyor mu?” şeklinde ki anket sorusuna ise öğretmenler, %44,1 hiçbir zaman, %30,7 çok nadir, %19,3 bazen, %4,9 çoğu zaman, %1 her zaman şeklinde cevap vermişlerdir. Ayrıca, örneklem kümesine dâhil olan öğretmenlerin %8,5'i 0-5, %29,1'i 6-10, %28,4'ü 11-15, %11,4'ü 16-20, %22,5'i ise 21 ve üzeri yıldır öğretmenlik yapmakta olduklarını beyan etmişlerdir.

Lojistik regresyon analizinde açıklana değişken olarak kullanılan “öğretmenlikten soğuyup soğumadıkları yönündeki “meslekitukenmişlik” değişkeni ile açıklayıcı değişkenler arasında ki ilişki ki-kare analizi vasıtasıyla analiz edilmiştir. Açıklanan değişken olan “öğretmenlikten soğuyup soğumama” ile cinsiyet(P=0,126), medeni durum (P=0,691), öğrencilerin öğretmen hakkındaki düşünceleri (P=0,108), öğretmenin yaşı (P=0,114), kaç yıldır öğretmenlik mesleğinde oldukları(P=0,766) yönündeki sorulara verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bununla birlikte, “öğretmenlikten soğuyup soğumama” ile alanlarında güzel işler yapabilecek güçte olup olmama (P=0,000), çalışan okul türü (P=0,001), öğrencilerle bir araya geldiklerinde kendileri dinç hissedip hissetmedikleri (P=0,001), öğrencilerle iyi diyalog kurup kuramama (P=0,001), okul yöneticisi ve diğer çalışanlarla iyi ilişkiler kurup kuramama (P=0,001), kendini yenilemeyi isteyip istememe (P=0,001) sorularına verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmanın asıl amacı olan lojistik regresyon analizi, SPSS 17.0 paket programı yardımıyla gerçekleştirilmiş ve aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 1: Veri Sayısı ve Değişken Kodları

Case Processing Summary			
Unweighted Cases <sup>a</sup>		N	Percent
Selected Cases	Included in Analysis	306	100,0
	Missing Cases	0	,0
	Total	306	100,0
Unselected Cases		0	,0
Total		306	100,0

a. If weight is in effect, see classification table for the total number of cases.

## Dependent Variable Encoding

Original Value	Internal Value
Hayır	0
Evet	1

## Categorical Variables Codings

	Frequency	Parameter coding	
		(1)	
Yaş	35 ve altı	131	1,000
	36 ve üzeri	175	,000
Medeni Durum	Bekâr	38	1,000
	Evli	268	,000
Cinsiyet	Kadın	106	1,000
	Erkek	200	,000

Tablo 1 incelendiğinde, ankete katılan kişilerin sayısı ve kayıp veriler gösterilmektedir.

Anketi cevaplayan toplam 306 kişi bulunmaktadır. Kayıp olgu sayısı ise 0'dır. Açıklanan (bağımlı) değişkenin nasıl kodlandığı "Dependent Variable Encoding" sekmesinde gösterilmektedir. Kodlama, 0:hayır ve 1:evet olarak gerçekleştirilmiştir. "Categorical Variables Codings" kısmında, kategorik değişkenlerin frekans ve kodlamaları görülmektedir. "Yaş" değişkeninde 35 yaş ve altı 131, 36 yaş ve üzeri 175 kişi vardır. Ayrıca 0: 36 yaş ve üzeri ile 1: 35 yaş ve altı olarak kodlanmıştır. "Medeni durum" değişkeni incelendiğinde 38 kişinin bekâr olduğu ve 268 kişinin evli olduğu görülmektedir. Ayrıca 0:evli ve 1: bekâr olarak kodlandığı görülmektedir. "Cinsiyet" değişkeni incelendiğinde, 106 adet kadın ve 200 tane erkek olduğu görülmektedir ve 0:erkek, 1:kadın olarak kodlanmıştır.

Tablo 2: Sadece Sabit Terimin Bulunduğu Modelin Bilgileri

## Block 0: Beginning Block

Iteration History<sup>a,b,c</sup>

Iteration	-2 Log likelihood	Coefficients	
		Constant	
Step 0	1	392,298	-,641
	2	392,261	-,664
	3	392,261	-,664

a. Constant is included in the model.

b. Initial -2 Log Likelihood: 392,261

c. Estimation terminated at iteration number 3 because parameter estimates changed by less than ,001.

Classification Table<sup>a,b</sup>

Observed	Predicted	Öğretmenlikten soğuduğumu hissediyorum		Percentage Correct
		Hayır	Evet	
		Step 0 Öğretmenlikten soğuduğumu hissediyorum	Hayır	202
	Evet	104	0	,0
Overall Percentage				66,0

a. Constant is included in the model.

b. The cut value is, 500

## Variables in the Equation

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 0 Constant	-,664	,121	30,258	1	,000	,515

## Variables not in the Equation

	Score	df	Sig.
Step 0 Variables			
Cinsiyet(1)	2,336	1	,126
Medeni(1)	,158	1	,691
Mskvizyon	18,694	1	,000
Ogrencifikri	3,343	1	,067
Kurum	14,191	1	,000
Yaş(1)	2,496	1	,114
Dinçlik	26,705	1	,000
Diyalog	12,492	1	,000
Yonetim	14,273	1	,000
Yenileme	48,008	1	,000
Yil	1,476	1	,224
Overall Statistics	72,442	11	,000

Tablo 2, modelde sadece sabit terimin bulunması durumunda elde edilecek modele ait bilgiler verilmektedir.

Tabloda “Iteration History a,b,c ” sekmesi, sadece sabit değeri bulunduran lojistik regresyon modeli için -2LL’nin değerini belirtmektedir ve 392,261 olarak hesaplanmıştır. “Variables in the Equation” sekmesinde ise modele ait sabit terimin katsayısı gösterilmektedir. Sabit terim -0,664 olarak hesaplanmıştır. Bu değer istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (P=0,000).

**Tablo 3: Sabit Terim ve Bütün Açıklayıcı Değişkenlerin Bulunduğu Modelin Bilgileri**

**Block 1: Method =Enter  
Omnibus Tests of Model Coefficients**

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	79,779	11	,000
	Block	79,779	11	,000
	Model	79,779	11	,000

**Model Summary**

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	312,482 <sup>a</sup>	,230	,318

a. Estimation terminated at iteration number 5 because parameter estimates changed by less than ,001.

**Classification Table<sup>a</sup>**

Observed		Predicted		Percentage Correct
		Öğretmenlikten soğuduğumu hissediyorum		
		Hayır	Evet	
Step 1 Öğretmenlikten soğuduğumu hissediyorum	Hayır	179	23	88,6
	Evet	50	54	51,9
Overall Percentage				76,1

a. The cut value is, 500

**Variables in the Equation**

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 <sup>a</sup> Cinsiyet(1)	-,297	,310	,918	1	,338	,743
Medeni(1)	-,289	,428	,457	1	,499	,749
Mskvizyon	-,397	,181	4,784	1	,029	,672
Ogrencifikri	,103	,123	,700	1	,403	1,108
Kurum	-,607	,204	8,883	1	,003	,545
Yaş(1)	,502	,434	1,340	1	,247	1,652
Dinçlik	-,375	,191	3,881	1	,049	,687
Diyalog	,202	,262	,595	1	,441	1,224
Yonetim	-,176	,221	,632	1	,427	,839
Yenileme	,811	,164	24,556	1	,000	2,251
Yil	-,060	,173	,120	1	,729	,942
Constant	1,931	1,640	1,387	1	,239	6,898

a. Variable(s) entered on step 1: cinsiyet, medeni, mskvizyon, ogrencifikri, kurum, yas, dinçlik, diyalog, yonetim, yenileme, yil.

a. Variable(s) entered on step 1: cinsiyet, medeni, mskvizyon, ogrencifikri, kurum, yas, dinçlik, diyalog, yonetim, yenileme, yil.

Tablo 3, lojistik regresyon analizi için, hem sabit hem de açıklayıcı değişkenlerin hepsinin modele dâhil edildiği son aşamayı ve uyum iyiliği istatistiklerini göstermektedir. “Omnibus Tests of Model Coefficients” sekmesi bir önceki adıma göre meydana gelen iyileşmeyi ifade etmektedir. Bu iyileşmenin 79,779 birim olduğu görülmektedir.

“Model Summary” sekmesinde -2LL değerini 312,482 olarak hesaplamıştır. Yine, modelde sadece sabit değeri dikkate alan Tablo 2’de bu değer, 392,261 olarak belirlenmiştir. Modele tüm değişkenler eklendiğinde elde edilen -2LL değeri sadece sabit terimin bulunduğu denkleme ait olan -2LL değerinden küçüktür. İyileşmenin kaç birim olduğunu ifade eden 79,779 değeri aynı zamanda testin iyileşme “ki-kare testi” dir. Ayrıca, tabloda ifade edilen ki-kare (chi-square) istatistiği, “ sabit hariç olmak üzere, mevcut modeldeki bütün bağımsız değişken katsayılarının 0 olduğu” şeklindeki sıfır hipotezini test eder. Bu, regresyon modelindeki F testinin eşitidir (Çevik, 2004: 393).

Modele ait ki-kare değerinin 79,779 olduğu iyileşme durumunda, P= 0,0002 olduğu için H0 hipotezi reddedilir. Bu modelin anlamlı bulunduğunu ifade eder.

“Classification Table” sekmesi, modeldeki tahminlerini göstermektedir. Bu sekmeye göre toplamda 73 kişi yanlış tahmin edilmiştir. Öğretmenlikten soğumadığını ifade eden 23 katılımcı, öğretmenlikten soğumuş olarak tahmin edilmişken; öğretmenlikten soğuduğunu ifade eden 50 öğretmen ise öğretmenlikten soğumamış olarak tahmin edilmiştir. Yine öğretmenlikten soğumayan 179 kişi ve öğretmenlikten soğuduğunu belirten 54 kişi doğru tahmin edilmiştir. Oransal olarak değerlendirildiğinde, öğretmenlikten soğumayan kişilerin %86,6’sı ve öğretmenlikten soğuyan kişilerin %51,9’u doğru tahmin edilmiştir. Model genel olarak anketi cevaplayan 306 öğretmenin “öğretmenlikten soğuyup soğumadığı” yönünde %76,1 oranında doğru tahmin yapmıştır

“Variables in The Equation” sekmesi, açıklayıcı değişkenler ve sabit katsayı ile ilgili B değerlerini göstermektedir. Söz konusu B’ler, çoklu regresyonda tahmin fonksiyonu oluşturulmasında kullanılırken lojistik regresyonda kişinin bir işi yâda diğerini yapma ihtimalini belirlemede kullanılır (Çevik, 2004: 393). Modele ait B değerleri incelendiğinde, öğretmenlik mesleğinden soğuyup soğumamayı en fazla öğretmenin kendini yenileme isteği duyması (0,811) etkilemektedir. Daha sonra sırası ile çalışılan kurumun türü (-0,607), öğretmenin yaşı (0,502), öğretmenin alanında güzel işler yapabileceğine dair olan inancı (-0,397), öğretmenin kendini öğrencilerle bir araya geldiğinde dinç hissetmesi (-0,375), öğretmenin cinsiyeti (-0,297), öğretmenin medeni durumu (-0,289), öğretmenin öğrencileriyle iyi diyalog kurabilmesi (0,202), öğretmenin okul idaresi ve diğer çalışanlarla iyi ilişkiler kurabilmesi (-0,176), öğretmenin öğrenciler nazarında nasıl algılandığını önemsemesi ((0,103) ve öğretmenin çalıştığı yıl sayısı (-0,060) etkilemektedir. Burada B değerinin pozitif yâda negatif olması ilişkinin yönünü belirtmektedir. Denklemde belirlenen B değerleri incelendiğinde Mskvizyon (0,029), Kurum (0,003), Dinçlik (0,049) ve Yenileme(0,000) bağımsız değişkenleri, 0,05 anlamlılık seviyesinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Ancak diğer bağımsız değişkenlerin tamamı, 0,05 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamışlardır



$$P(Y)=P(\text{meslek itükenmislik})=1/(1+e^{-Z})$$

denklemini, Tablo 3'de bulunan katsayılar dikkate alınarak oluşturulur. Bu denklemde; "Z= 1,931-0,297(Cinsiyet) - 0,289(Medeni) - 0,397(Mskvizyon) + 0,103 (Ogrencifikri) 0,607 (Kurum) + 0,502(Yaş) - 0,375(Dinçlik) + 0,202(Diyalog) - 0,176 (Yonetim) + 0,811 (Yenileme) - 0,060(Yil)" olarak hesaplanır.

Bu denklem P(Y) eşitliğine konulduğunda 0 ile 1 arasında bir değer elde edilir. P(Y)<0,50 ise Y=0 ve P(Y)>0,50 ise Y=1 kabul edilir ve Y=0 olduğunda ilgili öğretmenin mesleğinden soğuduğu; Y=1 olduğunda ilgili öğretmenin mesleğinden soğumadığı belirlenmiş olur.

Exp(B) sütununda bulunan değerler odds oranlarıdır. Matematiksel olarak, bu değer e^B dir. Lojistik katsayılarını anlamak için, bir olayın odds'ini bakımından değerlendirilmesi gerekir(Çevik, 2004: 394). Çalışmada öğretmenin mesleğinden soğumama ihtimalinin, öğretmenlikten soğuma ihtimaline oranı odds oranıdır. Tablo 3'de 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bulunan değerlerin odds'ini incelendiğinde, "Mskvizyon"değişkeninin bir birim artması söz konusu olduğunda, log odds 'sinin 0,672 birim arttığı, "Kurum" değişkeni bir birim arttığında log odds'sinin 0,545 birim arttığı, "Dinçlik" değişkeni bir birim arttığında, log odds'sinin 0,687 birim arttığı ve "Yenileme" değişkeninin bir birim arttığında, log odds'sinin 2,251 birim arttığı görülmektedir.

## SONUÇ

Genç nesillerin, hem ülke refahına hem de kendi geleceklerine yatırımın temelini oluşturan lise süreci, genel eğitim sürecinde önemli bir yere sahiptir. Bu süreçte alınan eğitimin mükemmelliğe yakınlığı öğrencilerin gelecekleriyle ilgili daha sağlıklı ve cesur adımlar atabilmelerini ve üniversite sürecinde de başarılı bir grafik çizmelerinin temelini oluşturmaktadır. Eğitimin ana unsuru olan öğretmenlerin, mesleklerindeki azim ve gayretleri, öğrencilerine de yansiyacaktır. Bu sebeple, eğitim sisteminin daha kaliteli olmasında ve daha başarılı bir nesil yetiştirme gayesinde olan ülkemizin önemli sorunlarından birisi de öğretmenlerin motivasyonunu ve mesleki ateşlerinin kullenmemesini sağlamaktır. Çalışma, Giresun il merkezinde görevlerini ifa eden 306 adet öğretmene uygulanmış olan anket sorularının lojistik regresyon analizi ile test edilmiştir. Çalışmada, öğretmenlerin mesleklerine olan şevklerinin devamlılığı için, öğretmenin kendisini yenileme hissini sürekli canlı olması, çalışılan kurumun türü, alanında iyi işler yapabileceğine inancının ve öğrencilerle ilişkilerinin daha sıcak olması gereklilikleri belirlenmiştir. Her ne kadar, çalışmamızda kullanılan belirleyici faktörler genel bir kanıya varmak için yeterli olmasa da, bu alanda yapılabilecek iyileştirmeler için bir kıstas alınabilir. Çalışma neticesinde, öğretmenlerin çalıştıkları yılların çokluğunun onları mesleklerinden soğutmadığı, çalışılan kurumun türünün öğretmenin mesleki motivasyon devamlılığını etkilediği, öğrencilerle iyi iletişim kuran öğretmenlerin mesleklerinden daha fazla zevk gibi önemli bulgular elde edilmiştir.

## KAYNAKÇA

AKGÜL, Aziz ve ÇEVİK, Osman (2005). İstatistiksel Analiz Teknikleri- SPSS'te İşletme Yönetimi Uygulamaları, Ankara: Emek Ofset Ltd. Şti.  
AKTAŞ, Cengiz (2009). "Lojistik Regresyon Analizi:

Öğrencilerin Sigara İçme Alışkanlığı Üzerine Bir Uygulama", Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, C. 1, S. 26, s. 107-121.

ATİK, Gökhan (2006). İlköğretim İkinci Kademe Öğrencileri Arasında Zorbalık Davranışlarını Yordamada Denetim Odağı, Benlik Saygısı, Aile Stili, Yalnızlık ve Akademik Başarının Rolü, Yanımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Ortadoğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

BİRCAN, Hüdaverdi (2004). "Lojistik Regresyon Analizi: Tıp Verileri Üzerine Bir Uygulama", Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, S. 2, s. 185-208.

CRAMER, JS. (2003). "The Orijin and Development of The Logit Model", [http://www.cambridge.org/resources/0521815886/1208\\_default.pdf](http://www.cambridge.org/resources/0521815886/1208_default.pdf) (erişim tarihi: 27.02.2012)

COŞKUN, Sibel, KARTAL, Mahmut, COŞKUN, Akın, BİRCAN, Hüdaverdi (2004). "Lojistik Regresyon Analizinin İncelenmesi ve Dış hekimliğinde Bir Uygulama", Cumhuriyet Üniversitesi Dış Hekimliği Fakültesi Dergisi, S.1, C.7, s.41-50.

ÇELİK, M. Yusuf (2011). Nasıl? Biyoistatistik Bilimsel Araştırma SPSS, ISBN: 9786056209048.

ÇEVİK, O. (2004). "Lojistik Regresyon Analizi ile Tokat Sanayi Sitesi İşletmelerinde Bir Uygulama", Gaziosmanpaşa Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, C. 18, S. 3-4, s. 387:396.

EVREN, Halil, TOKUÇ, Burcu ve EKUKLU, Galip (2011). "Trakya Üniversitesi Öğrencilerinde Şiddet Davranışları ve Algılanan Sağlık İlişkisi", Balkan Med J., S. 28, s. 380-284.

GUJARATI, Damodar N. (2004). Basic Econometrics, 4th. Edition, The McGraw-Hill Companies.

KAYRI, Murat ve OKUT, Hayrettin (2008). "Özel Yetenek Sınavındaki Başarıya İlişkin Risk Analizinin Karışımli Lojistik Regresyon Modeli ile İncelenmesi", Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, S. 35, s. 227-239.

<http://en.wikipedia.org/wiki/Logit> (erişim tarihi:27.02.2012)

OĞUZLAR, Ayşe (2005). "Lojistik Regresyon Analizi Yardımıyla Suçlu Profilinin Belirlenmesi", Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, C.19, S.1, s.21-35.

ÖZDAMAR, K. (2002). Paket Programlar ile İstatistiksel Varyasyon Analizi I, Eskişehir: Kaan Kitabevi.

PREGIBON, Darly (1981). "Logistic Regression Diagnostics", The Analysis of Statistics, C. 9, S. 4, s.705-724.

ÜNALAN, Demet, ŞENOL, Vesile ve ÖZTÜRK Ahmet (2006). "Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Öz-Bakım Gücü Düzeylerinin Belirlenmesi", İnönü Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi, S.12, s. 95-102.

# SOSYAL BİLGİLER DERSİ 6. SINIF COĞRAFYA KONULARININ ÖĞRETİMİNDE YARATICI DRAMA YÖNTEMİNİN KULLANIMININ ÖĞRENCİ BAŞARISI VE TUTUMLARINA ETKİSİ

Filiz ZAYİMOĞLU ÖZTÜRK\*

## ÖZET

*Bu araştırmada; ilköğretim altıncı sınıfta okutulmakta olan Sosyal Bilgiler dersinde yer alan “Coğrafya ve Dünyamız” ünitesinin öğretiminde, “yaratıcı drama yönteminin öğrencilerin derse dönük başarıları ve tutumlarına olan etkisi araştırılmıştır. Araştırmanın denekleri Van Beyüzümü 80. Yıl İlköğretim okulu ikinci kademeye devam eden 6. sınıf öğrencileri arasından seçilmiştir. Araştırma Sosyal Bilgiler dersi “Coğrafya ve Dünyamız” ünitesinin bilişsel düzeyde bilgi ve bu amaca yönelik kazanımlarla sınırlı tutulmuştur. Araştırma sonuçlarından elde edilen bulgular yaratıcı dramanın uygulandığı deney grubu ile geleneksel yöntemin uygulandığı kontrol grubunun başarıya yönelik, bilişsel alanın bilgi düzeyinde anlamlı bir farklılık bulunduğundan, yaratıcı drama ile öğretim daha etkili olduğunu göstermiştir.*

*Anahtar Kelimeler: Sosyal Bilgiler, yaratıcı drama, öğrenci başarıları, tutumlar.*

## THE AFFECT OF CREATIVE DRAMA METHOD ON STUDENTS' ACHIEVEMENTS AND ATTITUDES IN SOCIAL STUDIES LESSONS

### ABSTRACT

*In this research; the aim was experiment the effectiveness of creative drama method in social studies lessons on students' cognitive achievement and affective attitudes. In order to make this real; sampling group was chosen among the students in Van Beyüzümü 80. Yıl Elementary School. The research was limited to the unit named “Geography and Earth” in social studies. The sub-problem questions tried to be answered on an experimental group and a control group. The findings showed that the achievement and attitude scores of experimental group were higher than the control group has, because of using creative drama instruction method in the experimental group rather than the control group.*

*Key Words: Social studies, creative drama, student achievement, attitudes.*

### GİRİŞ

Günümüz eğitim anlayışında verim ve yeterliliklerinin artırılması yolu ile gelişmelerini sağlayıcı bilgi, beceri ve tutumların kazandırılması amaçlanmıştır. İşte bu nedenle; çeşitli eğitim merkezlerinde, derneklerde ve vakıflarda açılan kurslar ile resmi ve özel kurum ya da işyerlerinde hizmet içi eğitim etkinlikleri arasında yaratıcı drama çalışmalarına yer verildiği görülmektedir (San, 1994: 8).

Yaratıcı drama; bireyi merkeze alan günümüz eğitim yaklaşımı için önemli seçenektir. Bireyi merkeze alan eğitim yaklaşımı; öğrenenin en iyi biçimde öğrenebilmesi için aktif duruma geçirilmesini, öğrenenin öğrenci yaşantısından ayrılmamasını, öğrenenin ilgi ve ihtiyaçlarının ön planda olmasını gerektirir (Demirel, 1997: 62). Bireyi öğrenme-öğretme sürecinin temelinde bulunduran yaklaşım, çocukluk döneminden başlayarak çevresindekileri taklit eden, böylece yeni durumlara uyum gösteren, başka bir deyişle oyun oynama gereksinimini sona erdirmeyen bireyi yetiştirmeye dönük bir anlayıştır (Üstündağ, 1988: 58).

Yaratıcı dramanın bilişsel davranışları, duyuşsal özellikleri ve devinışsel becerileri kazandırmada etkili bir öğretim yöntemi olduğu, başta duyuların eğitimi olmak üzere bütüncül bir estetik anlayış oluşturmada sanat eğitimi alanı ve yaşanılan süreci betimleme, açıklama ve kontrol edebilme olanaklarıyla bir disiplin

lin olarak bireylerin çok yönlü gelişmelerine olanak sağladığı çeşitli kaynaklarda belirtilmektedir (Nixon, 1988; O'Neil and Lambert, 1990; Ömeroğlu, 1990; Üstündağ, 1994-1997; Aral ve Baran, 2003; Üstündağ, 1997; San, 1991).

Sosyal Bilgiler dersi birçok sözel bilginin, kavramın ve ilkenin öğrenildiği bir konu alanıdır. Bu bilgiler öğrenciler için anlamlı hale getirilmezse, öğrencileri ezberlemeye yöneltir. Dersi daha anlamlı hale getirmek ve ezberlenmesi gereken özel kavramların öğretilmesini kolaylaştırmak amacı ile yaratıcı drama gibi çeşitli öğrenme yöntemlerinden yararlanılabilir.

Ancak Sosyal Bilgiler dersi öğretim programının öğrenci merkezli duruma getirilmesinin gerekliliği üzerinde çalışmalar yapılmıştır. Bu doğrultuda Sosyal Bilgiler öğretim programının iyileştirilmesi hususunda 2005 yılında program geliştirme uzmanlarıyla birlikte yapılan yeni müfredat programı işe koşulmuştur. Yeni Sosyal Bilgiler Öğretim Programı da yaratıcı drama kavramının eğitim-öğretim için önemini ortaya koymaktadır. Çünkü yeni uygulamaya konulan program öğrencilerin eğitim-öğretim sürecine aktif olarak katılmalarını ve hedeflenen kazanımları etkinlikler çerçevesinde öğrencilerin birbirleriyle ve çevreleriyle etkileşim içine girerek öğrenmelerini sağlamaya çalışmaktadır (MEB, 2005).

Sosyal Bilgiler eğitiminde öğrenme-öğretme sürecine öğrencinin etkin biçimde katılmasını sağlayan yaratıcı drama; bilgiyi tekrarlamayıp, bilinenleri sorgulayan ve kendi bilgisini kendisi üretecek insan yetiştirilmesine ve geliştirilen eğitim programında bilişsel alanın yanı sıra duyuşsal özelliklerin ele

\*Yrd.Doç.Dr., Ordu Üniversitesi, Eğitim Fakültesi,

İlköğretim Bölümü. E-posta: filizzayimogluozturk@odu.edu.tr

alınmasıyla dersin öğretimine ilişkin bazı problemlerin çözülmesi açısından önemli ölçüde katkı sağlayabilir (MEB, 2005). Araştırma sonuçlarının Sosyal Bilgiler eğitimine yöntem geliştirme açısından yarar sağlaması ve ileride yapılacak araştırma ve çalışmalara katkıda bulunması beklenmektedir.

### 1.1. Araştırmanın Amacı

Bu bağlamda araştırmanın amacı, ilköğretim Sosyal Bilgiler dersinin “Coğrafyamız ve Dünyamız” ünitesinin öğretiminde, yaratıcı drama yönteminin uygulandığı grup ile geleneksel yöntemin uygulandığı grubun derse yönelik başarıları arasında anlamlı farklılıkların olup olmadığını ortaya koymaktır.

### 1.2. Problem Cümlesi

Sosyal Bilgiler dersinin “Coğrafya ve Dünyamız” ünitesinin öğretiminde, yaratıcı dramanın uygulandığı grup ile geleneksel yöntemin uygulandığı öğrenci grubu arasında anlamlı (manidar) bir başarı ve tutum farklılığı var mıdır?

### 1.3. Alt Problemler

1. Deney ve kontrol grubu öğrencilerinin ön test uygulaması sonucu elde edilen bilgi ve tutum seviyesi ne düzeydedir?
2. Deney ve kontrol grubu öğrencilerinin son test uygulaması sonucu elde edilen bilgi ve tutum seviyesi ne düzeydedir?
3. Deney ve kontrol grubu öğrencilerinin ön ve son test uygulaması sonucu elde edilen bilgi ve tutum seviyesi istatistiksel olarak anlamlı mıdır?

### 1.4. Sayıtlar

Bu araştırmada;

1. Kontrol altına alınamayan değişkenler, her iki grubu da aynı oranda etkiler,
2. Tutum ölçeğine yanıt verenler gerçek düşüncülerini yansıtır temel sayıtlarından hareket edilmiştir.

### 1.5. Sınırlılıklar

Bu araştırma;

1. 2004/2005 öğretim yılı bahar döneminde; Van Beyüzümü 80. Yıl İlköğretim Okulu altıncı sınıfında öğrenim gören öğrenciler ile,
2. Altıncı sınıf Sosyal Bilgiler dersi “Coğrafya ve Dünyamız” ünitesi ile,
3. “Coğrafya ve Dünyamız” ünitesinin işlenişinde kullanılan yöntemlerden, yaratıcı drama yöntemi ile,
4. Öğrencilerin derse ilişkin duyuşsal özelliklerinden yalnızca tutum boyutunda olanların tutum ölçeği ile toplanmış olması ile sınırlıdır.

## 2. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, araştırmanın deseni, denekler, veri toplama araçları, deneysel işlem, işlem basamakları, verilerin kaynağı ve cinsi ile kullanılan istatistiksel teknikler açıklanmıştır.

### 2.1. Araştırma Modeli

Bu araştırmada, drama öğretim yöntemi ile geleneksel öğretim yöntemlerinin öğrencilerin akademik başarılarına ve tutumlarına etkisi sınanmıştır. Probleme ilgili olarak “Neden?” sorusuna yanıt aranmıştır. Yani, uygulanan yöntemlerin (bağımsız değişkenler: Drama ile öğretim yöntemi ve geleneksel öğretim yöntemi) akademik başarıyı etkileyip etkilemedikleri

saptanmaya çalışılmıştır. Bu nedenle araştırma deneme modelinde bir çalışmadır.

### 2.2. Deney Deseni

Deneme modelinin özelliklerine uygun olarak, drama ile öğretim yöntemi ve geleneksel öğretim yönteminin öğrencilerin başarıları ve tutumları üzerindeki etkisini sınamak için, yansız bir seçim ile bir deney ve bir kontrol grubu belirlemiştir. Deney grubunda drama yöntemi, kontrol grubunda ise geleneksel yöntem kullanılmıştır. Her iki gruba deneysel işlemler başlamadan önce ve deneysel işlemlerin sonunda öğrencilerin akademik başarılarını ölçmek için bir başarı testi ve Sosyal Bilgiler dersine yönelik tutum ölçeği kullanılmıştır.

### 2.3. Çalışma Grubu

Araştırma 2004-2005 eğitim öğretim yılında Van Beyüzümü 80. yıl ilköğretim okulunun 6-A ve 6-C isimli iki altıncı sınıf şubesine uygulanmıştır. Araştırma için Beyüzümü 80. yıl ilköğretim okulunun seçilmesinin nedeni, araştırmacının aynı okulda görev yapıyor olması nedeniyle öğrencileri tanınması ve okulu yönetimince kolaylık sağlanacağını düşünülmesidir. 6. sınıf öğrencileri ile yapılmasının nedeni ise seçilen okulda sayısal avantajının bulunması ve “Coğrafya ve Dünyamız” ünitesinin bu sınıf seviyesinde okutulmasıdır.

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturacak deney ve kontrol grubundaki öğrencilerin belirlenmesinde, öğrencilerin cinsiyet, yaş ve akademik başarıları ön test puanları ölçüt olarak alınmıştır. Belirtilen ölçütlerden cinsiyet ve yaşın, öğrencilerin akademik başarılarında farklılık oluşturabileceği düşünülerek deney ve kontrol gruplarının oluşturulmasında akademik başarı testinin yanında bu ölçütler de göz önünde tutulmuştur. Bu koşulları sağlayan öğrencilere deney ve kontrol grupları oluşturulmuştur. Deney ve kontrol grubunun oluşturulduğu sınıflarda tüm öğrencilere seçilen yöntemler uygulanmıştır.

Araştırmanın deneklerini, Van İli Merkez 80.Yıl Beyüzümü İlköğretim okulu ikinci kademeye devam eden 6. Sınıf şubelerinden 6/A sınıfındaki 25 ve 6/C sınıfındaki 25 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırma incelenirken; deney grubu, yaratıcı drama yönteminin kullanıldığı grup (6-C sınıfı); kontrol grubu ise geleneksel öğretim yönteminin kullanıldığı grup (6-A sınıfı) olarak belirlenmiştir.

### 2.4. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada, veri toplamak amacıyla ilköğretim 6. Sınıf Sosyal Bilgiler dersi “Coğrafya ve Dünyamız” ünitesine ait başarı testi araştırmacı tarafından geliştirilmiştir. Bu ölçme aracının özellikleri aşağıda sunulmuştur.

#### 2.4.1. Başarı Testi

Öğrencilerin Sosyal Bilgiler dersi 6. Sınıf “Coğrafyamız ve Dünyamız” ünitesine ilişkin başarılarını ölçmek amacıyla test hazırlanırken aşağıdaki işlemler gerçekleştirilmiştir.

1. Okul eğitim programına bağlı kalınarak ünite hedef ve davranışları çıkartılmıştır.
2. Coğrafya ders kitabı, ansiklopedi ve dergilerden yararlanılarak belirtke tablosundaki davranışlar doğrultusunda, çoktan seçmeli 80 adet soru hazırlanmıştır.
3. 40 aday soru, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Bölümü’nden, ölçme ve program geliştirmede uzmanlaşmış üç

öğretim üyesi ve MEB’de görev yapan beş Sosyal Bilgiler ders öğretmeni tarafından, maddelerin öğrenci düzeyine ve ünite kapsamına uygunluğu açısından değerlendirilmiştir.

4. Bu değerlendirmeler sonucunda 20 soru testten çıkartılmıştır.

5. Hazırlanan 20 soruluk başarı testi, geçerlik ve güvenilirlik çalışması için Van 80.Yıl Beyüzümü İlköğretim Okulu’nda kontrol ve deney gruplarının yer almadığı farklı üç şubede bulunan toplam 80 öğrenciye uygulanmıştır.

Uygulanan testlerin SPSS programı ile madde çözümlenmeleri yapılmış, test istatistikleri (güçlük dereceleri, standart sapma, madde ayırıcılığı) hesaplanmış ve sonuçlar Tablo 1’de verilmiştir.

**Tablo 1: Başarı Testini Oluşturan Maddelerin Güçlük Dereceleri (Pj), Standart Sapmaları (Sj) ve Ayırıcılık Güçleri (Rjx).**

Madde Numarası	Pj	Sj	Rjx
1	0.80	0.39	0.23
2	0.77	0.42	0.38
3	0.71	0.45	0.28
4	0.54	0.49	0.31
5	0.76	0.42	0.23
6	0.51	0.50	0.26
7	0.73	0.44	0.35
8	0.72	0.38	0.25
9	0.81	0.49	0.26
10	0.55	0.49	0.27
11	0.37	0.48	0.34
12	0.65	0.50	0.33
13	0.37	0.46	0.30
14	0.52	0.48	0.22
15	0.55	0.50	0.27
16	0.61	0.42	0.24
17	0.52	0.46	0.39
18	0.77	0.50	0.32
19	0.69	0.42	0.37
20	0.52	0.45	0.34

İstatistiksel çözümlenmelere göre, ayırıcılık gücü indeksi 0.32 ve üzerindeki, güçlük indeksi ise 0.26-0.55 arasındaki maddeler, araştırmanın ön ve son testine alınmıştır. Bu çalışma sonucunda toplam 20 soruluk bir test oluşturulmuştur. Başarı testinin analiz sonuçları Tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 2: Başarı Testi Analiz Sonuçları**

N	$\bar{X}$	Ss	Tepe Değer	Ortanca	Ortalama Güçlük	KR-20
84	11.84	2.07	12	12	0.52	0.72

Kullanılan testin aritmetik ortalaması 11.84, standart sapması 2.07, ortalama güçlüğü 0.52 ve KR-20 güvenilirliği 0.72 olarak bulunmuştur. Tablo 2 incelendiğinde, aritmetik ortalamanın ortanca ve tepe değerinden küçük olmakla birlikte ortanca ve tepe değeri eşit durumdadır (“X” <”X” ort=”X” tepe). Bu durum başarı testinde elde edilen puanların çok uç noktalarda toplanmadığı ve puanların normal bir dağılım gösterdiğini belirtmektedir.

#### 2.4.2. Tutum Ölçeği

Öğrencilerin derse yönelik duyuşsal eğilimlerini ölçmek amacıyla bir tutum ölçeği hazırlanmıştır. Ölçeğin soruları hazırlanırken, ön denemesi yapılmadan önce uzman görüşlerine başvurulmuş ve onların görüşleri ışığında ölçekteki cümleler yazılmıştır. Likert tipinde bir forma dönüştürülen bu cümleler 84 kişilik öğrenci gruplarına deneme olarak uygulanmıştır. Uygulama sonuçları Tablo 3’te verilmiştir.

**Tablo 3: Tutum Ölçeği Ön Uygulama Formunun Madde - Toplam Test Korelasyonları**

Madde No	r	Madde No	r
1	0.380	16	0.364
2	0.312	17	0.247
3	0.292	18	0.519
4	0.037	19	0.427
5	0.311	20	0.466
6	0.408	21	0.506
7	0.391	22	0.476
8	0.355	23	0.409
9	0.326	24	0.466
10	0.490	25	0.433
11	0.314	26	0.413
12	0.330	27	0.427
13	0.403	28	0.378
14	0.489	29	0.396
15	0.358	30	0.312

Tablo 3’te verilen tutum ölçeğinde kullanılan maddelerin iç tutarlılık ölçütleri olan madde-test korelasyonlarına bakıldığında bütün maddeler birbiri ile uyum içindedir. Zaten tutum maddelerinin monotonik bir ilişki içinde aynı yapıyı ölçmesi beklenmektedir. Bu nedenle geliştirilen Sosyal Bilgiler dersi tutum ölçeği kullanılabilir niteliktedir.

Uygulama sonuçları üzerinde tek tek maddelerle ilgili t testi ile manidarlık kontrolü yapılmıştır. Bu amaçla öğrenci gruplarından en yüksek puan alan %27 ile en düşük puan alan %27 öğrenci grubu belirlenmiştir. Tek tek her bir madde için üst grup ile alt grup arasında t testi hesaplanmıştır. 0.05 manidarlık düzeyinde

anlamli olan cümleler araştırmada uygulanmak üzere seçilmiş ve standart bir tutum ölçeği formatlarına dönüştürülmüştür. Bu Şekilde olumlu bir tutuma sahip olanla olmayan öğrencilerin daha iyi tespit edileceği düşünölmektedir. Hazırlanan standart ölçeklerin daha sonra Cronbach Alfa güvenilirlik katsayıları hesaplanmış ve değeri 0.81 bulunmuştur.

Elde edilen güvenilirlik katsayısının bir tutum ölçeği için yeterli olduğu düşünölmektedir. Araştırmada kullanılan tutum ölçeği likert tipinde olduğu için 5 tane cevaplandırma seçeneği vardır. Bunlar: “Tamamen Katılıyorum”, “Katılıyorum”, “Kararsızım”, “Katılmıyorum” ve “Hiç Katılmıyorum” seçenekleridir.

## 2.5. Verilerin Toplanması

Başarı testi ve tutum ölçeğinin hazırlanmasından sonra veri toplama araçlarının uygulanması ve araştırmanın uygulama aşamalarının gerçekleştirilebilmesi için Gazi Üniversitesi Eğitim bilimleri Enstitüsü’nden alınan resmi yazı ile Van 80. Yıl Beyüzümü İlköğretim Okulu Müdürlüğü’ne başvuruda bulunulmuş ve Van İl Milli Eğitim Müdürlüğü’nden seçilen okulda uygulama yapılabilmesi için izin alınmıştır. Onay işleminin kısa sürede bitirilebilmesi için resmi belgeler araştırmacı tarafından takip edilmiştir.

Gerekli izinlerin alınmasından sonra başarı testi ve tutum ölçeğinin ön uygulaması yapılmış ve gerekli analizlerden sonra ölçeklere son Şekli verilmiştir.

Araştırmada belirlenen ölçütler doğrultusunda deney ve kontrol grupları belirlenmiştir. Deney ve kontrol grubu olarak belirlenen 6-A ve 6-C sınıfları araştırmacının kendi sınıflarıdır. Deneysel koşulların uygunluğu ve denetimi açısından her iki gruptaki uygulamalar araştırmacı tarafından Őekillendirilerek yürütölmüştür.

Deney ve kontrol grubundaki öğrencilere araştırmanın uygulanışında izlenen yol, dersin nasıl işleneceği ve hangi etkinliklerin yapılacağı açıklanmıştır. Deney grubuna (6-A öğrencileri) drama yönteminin kullanılarak derslerin işleneceği ve drama yönteminin aşamaları ve nasıl uygulanacağı; kontrol grubuna (6-C öğrencileri) ise geleneksel öğretim yöntemi ile ders anlatılacağı ve dersin işlenme Şekli anlatılmıştır.

Ünitenin işlenişine geçmeden önce deney ve kontrol gruplarına başarı testi ve tutum ölçeği (ön test) uygulanmıştır. Ünite 20 işgünü içinde işlenmiştir. Bu sürenin sonunda deney ve kontrol grubuna son test uygulanmıştır. Elde edilen verilen “Bulgular ve Yorum” bölümündeki ilgili tablolarda sunulmuştur.

## 2.6. Verilerin Analizi

Birinci denence ile ilgili verilerin çözümlenmesinde, öğrencilerin Sosyal Bilgiler dersi “Coğrafyamız ve Dünyamız” ünitesindeki hedefleri ne derece gerçekleştirdiğini saptamak amacıyla başarı testinin, ön ve son test puanlarının ortalama ve standart sapmalarına bakılmıştır. Veri analiz işlemleri ise aşağıdaki gibidir:

- Deney ve kontrol gruplarının ön test puanları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını saptamak amacıyla bağımsız gruplar t testi kullanılmıştır.
- Deney ve kontrol gruplarının son test puanları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını saptamak amacıyla bağımsız gruplar t testi kullanılmıştır.
- Deney grubunun ön test ve son test puanları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını saptamak amacıyla eşli gruplar t testi yapılmıştır.

Araştırma kapsamında toplanan veriler, SPSS 12.0 istatistik paket programı ile çözümlenmiştir. Sonuçların yorumlanmasında; değişkenler arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemede 0.05 anlamlılık düzeyi ölçüt olarak kabul edilmiştir.

## 3. BULGULAR VE YORUM

Bu bölümde, araştırmanın alt problemleri doğrultusunda toplanan bilgilerin araştırma yöntem ve teknikleri doğrultusunda istatistiksel analizler sonucunda elde edilen bulgular ve bunlara ilişkin yorumlara yer verilmiştir.

Deneysel işlemin gerçekleştirilebilmesi için grupların denkleği ön koşulunun sağlanabilmesi gerekmektedir. Bu nedenle uygulanan ön test sonuçları ve bu sonuçların yorumları şu Şekildedir:

### 3.1. Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorumu

Bu deneysel araştırmada çözümlenmeye çalışılan ilk alt problem, “Deney ve kontrol grubu öğrencilerinin ön test uygulaması sonucu elde edilen bilgi ve tutum seviyesi ne düzeydedir?” biçiminde ifade edilmiştir. Buradan hareketle veriler analiz edilmiş ve sonuçları bilgi ve tutum olmak üzere iki ayrı tabloda verilmiştir. Ön test başarı puanlarının ayrıntıları Tablo 4’te verilmiştir.

**Tablo 4: Deney ve Kontrol Gruplarındaki Öğrencilerin Ön Test Başarı Puanlarının Karşılaştırılması**

Grup	Denek Sayısı	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	t	p.
Deney	25	8.45	2.4	0.001	0.56
Kontrol	25	8.68	2.2		

Tablo 4’te göröldüğu gibi mevcudu 25 olan deney grubu öğrencilerinin başarı testi ön puanlarının aritmetik ortalaması 8.45; yine aynı sayıdaki kontrol grubunun başarı testi son puanlarından aldığı puanların ortalaması ise 8.68’dir. Öğrencilerin almış oldukları bu puanlar 20 soruluk bir test için düşük sayılabilir. Zaten bu aşamada ünitenin işlenişine henüz geçilmediği için alınan puanların düşük olmasının bir önemi yoktur. Unutmamak gerekir ki burada amaç öğrencileri konu üzerindeki bilgilerini ölçmek değil, deney ve kontrol grubunun bilgi seviyesi olarak eşit olup olmadığını denemektir.

Tablo 4’te göröldüğu gibi, deney ve kontrol grubundaki öğrencilerin ön testlerden aldıkları puanlar üzerinde bağımsız gruplar t testi analizi yapılmıştır. İki grup arasındaki farkı ortaya koymak için yapılan t testi analizleri sonucu t değeri 0.001 hesaplanmıştır. Bu sonuç 0.05 manidarlık düzeyinde anlamlı değildir. Dolayısıyla iki grup arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur. Ön test olarak uygulanan başarı testinde, deney ve kontrol grubu olarak oluşturulan iki sınıfın birbirine denk olduğu görölmüştür.

Yaratıcı drama yönteminin Sosyal Bilgiler dersine yönelik etkisinin daha net incelenebilmesi için öğrenci tutumlarının da araştırma sürecine dâhil edilmesi gerekmektedir. Bu nedenle geliştirilmiş olan tutum ölçeği öğrencilerin deneysel çalışma süreci öncesi seviyelerinin belirlenmesi aşamasında gruplar arasındaki eşitliği sağlama hususunda ihtiyaç duyularak kullanılmıştır. Tutum ölçeğinin ön test olarak uygulanmasından elde edilen sonuçlar Tablo 5’te verilmiştir.

**Tablo 5: Deney ve Kontrol Gruplarındaki Öğrencilerin Ön Test Tutum Puanlarının Karşılaştırılması**

Grup	Denek Sayısı	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	t	p.
Deney	25	3.8	0.58	0.36	0.71
Kontrol	25	3.9	0.51		

Tutum ölçeği puan ortalamalarının değerlendirilmesinde, öğrencilerden alınan puanların 5–4 arasında olması çok olumlu, 4–3 arasında olması olumlu, 3–2 arasında olması olumsuz ve 2–1 arasında olması ise çok olumsuz tutum içerisinde olduklarını gösterir.

Tablo 5’te görüldüğü gibi deney grubu öğrencilerinin, tutum ölçeği ön test puanlarının aritmetik ortalaması 3.8; son test puanlarının aritmetik ortalaması ise 3.9 olarak tespit edilmiştir. Burada öğrencilerin genel itibarıyla olumlu tutum içerisinde oldukları gözlenmiştir. Araştırma öncesinde uygulanan tutum ölçeklerinin puanları üzerinde t testi analizi yapılmıştır. İki grup arasında hesaplanan t değeri 0.36 olup bu sonuç 0.05 manidarlık düzeyinde anlamlı değildir. Ön test tutum puanları açısından bakıldığında deney ve kontrol grupları arasında bir fark yoktur. Bu durum, uygulamanın tutum seviyeleri hemen hemen aynı olan sınıflarda yapılmış olduğu savını doğrulamaktadır.

### 3.2. İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorumu

Araştırmada cevabı sorgulanmaya çalışılan ikinci alt problem, “Deney ve kontrol grubu öğrencilerinin son test uygulaması sonucu elde edilen bilgi ve tutum seviyesi ne düzeydedir?” biçiminde ifade edilmiştir. Buradan hareketle veriler analiz edilmiş ve sonuçları bilgi ve tutum olmak üzere iki ayrı tabloda verilmiştir.

Geleneksel öğretim yönteminin uygulandığı kontrol grubunun ve yaratıcı drama yönteminin uygulandığı deney grubunun son testleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olup olmadığı araştırılmış ve bu amaçla ortalamalar arasındaki farkın test edilmesinde kullanılan bağımsız gruplar t testi kullanılmıştır. Sonuçları Tablo 6’da gösterilmiştir.

**Tablo 6: Deney ve Kontrol Gruplarındaki Öğrencilerin Son Test Bilgi Puanlarının Karşılaştırılması**

Grup	Denek Sayısı	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	t	p.
Deney	25	16.59	1.8	0.001	0.56
Kontrol	25	13.45	2.01		

Araştırmada deney ve kontrol gruplarına son test uygulandıktan sonra elde edilen puanlar üzerinde t testi analizi yapılmıştır. Sosyal Bilgiler “Coğrafya ve Dünyamız” ünitesi için yapılan son test sonuçlarına göre deney grubunun başarı düzeyinin ortalaması 16.59 iken kontrol grubunun başarı ortalaması 13.45 olarak tespit edilmiştir. Tablo 3’te görüldüğü gibi iki grup arasındaki farkı ortaya koymak için yapılan bağımsız gruplar t testi analizleri sonucu bu değer 7.57 olarak bulunmuş olup, bu sonuç 0.05 manidarlık düzeyinde anlamlıdır. Yani gruplar arasında fark vardır. Bu farkın kaynağını Tablo 6’da görüldüğü gibi, deney grubu öğrencilerinin başarı testi son puanlarının aritmetik ortalamasının kontrol grubu öğrencilerinin başarı testi son

test puanlarının aritmetik ortalamasından oldukça yüksek olması oluşturmaktadır.

Gruplar arasındaki farkın deney grubu lehine olması; deney grubunda uygulanan yaratıcı drama yönteminin, kontrol grubunda uygulanan geleneksel öğretim yöntemine oranla öğrenci başarısını daha fazla artırdığını ortaya koymaktadır.

**Tablo 7: Deney ve Kontrol Gruplarındaki Öğrencilerin Son Test Tutum Puanlarının Karşılaştırılması**

Grup	Denek Sayısı	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	t	p.
Deney	25	4.5	0.45	7.22	0.001
Kontrol	25	4.0	0.52		

Tablo 7’ye göre, deney grubundaki öğrencilerin Sosyal Bilgiler dersi tutum ölçeğinden aldıkları son test puanlarının ortalaması 4.5, standart sapması 0.45; kontrol grubundakilerin ortalaması 4.0, standart sapması 0.52’dir. İki grubun tutum puanları arasında hesaplanan t değeri 7.22’dir. Bu sonuç 0.05 manidarlık düzeyinde anlamlılık ifade etmektedir. Dolayısıyla deney grubu kontrol grubuna kıyasla daha yüksek ortalama elde etmiştir. Sosyal Bilgiler dersi “Coğrafya ve Dünyamız” ünitesinde yaratıcı drama yönteminin kullanıldığı deney grubundaki öğrencilerinin geleneksel öğretim uygulanan kontrol grubundaki öğrencilerden daha olumlu tutum sergiledikleri gözlenmiştir.

### 3.3. Üçüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorumu

Araştırmada cevabı sorgulanmaya çalışılan üçüncü alt problem, “Deney ve kontrol grubu öğrencilerinin ön ve son test uygulaması sonucu elde edilen bilgi ve tutum seviyesi istatistiksel olarak anlamlı mıdır?” şeklinde ifade edilmiştir. Bu soruyla ilgili çözümlenelerde bulunabilmek için, yaratıcı drama yönteminin uygulandığı deney grubunun başarı testi ve tutum ölçeği ön test ve son test puanları arasında, son test lehine anlamlı bir farklılık olup olmadığı araştırılmış ve bu amaçla ortalamalar arasındaki farkın test edilmesinde kullanılan eşli gruplar t testi kullanılmıştır.

Deney grubu öğrencilerinin başarı ön test ve başarı son test puanlarına ilişkin eşli gruplar t testi sonuçları Tablo 8’te verilmiştir:

**Tablo 8: Deney Grubu Öğrencilerinin Bilgi Testi Ön Test ve Son Test Puanlarına İlişkin Eşli Gruplar T Testi Sonuçları**

Deney Grubu (Bilgi Testi)	N	$\bar{X}$	S <sub>xx</sub>	t	p.
Ön Test	25	8.45	2.4	2.89	0.001
Son Test	25	16.59	1.8		

Tablo 8’de görüldüğü gibi deney grubu öğrencilerinin, başarı testi ön test puanlarının aritmetik ortalaması 8.45; başarı testi son test puanlarının aritmetik ortalaması ise 16.59’dur.

Tablodaki p değerinden de (P<0.05) anlaşılacağı gibi, deney grubu öğrencilerinin başarı testi ön test ve son test puanları arasında 0.001 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu farkın kaynağını, Tablo 8’de görüldüğü gibi başarı testi son test puanlarının başarı testi ön test puanlarından oldukça yüksek olması oluşturmaktadır.

Başarı testinin son test puanlarının başarı testi ön test puanlarından yüksek olmasının nedeni, deney grubuna uygulanan drama yönteminin etkisi olarak yorumlanabilir. Ancak geleneksel yöntemle işlenen grupta da bir artışın olması olasıdır. Bu nedenle, yaratıcı drama yönteminin asıl etkisini değerlendirebilmek için bu iki grupta da ön test ve son test puanları arasındaki farkın anlamlılık düzeyine bakmak gerekir.

**Tablo 9: Kontrol Grubu Öğrencilerinin Bilgi Testi Ön Test ve Son Test Puanlarına İlişkin Eşli Gruplar T Testi Sonuçları**

Kontrol Grubu (Bilgi Testi)	N	$\bar{X}$	$S_{ss}$	t	p.
Ön Test	25	8.68	2.2	4.57	0.048
Son Test	25	13.45	2.01		

Tablo 9'da görüldüğü gibi kontrol grubu öğrencilerinin başarı testi ön test puanlarının aritmetik ortalaması 8.68; başarı testi son test puanlarının aritmetik ortalaması ise 13.45'tir.

Tablodaki p değerinden ( $p=0.48$ ) anlaşılacağı gibi, başarı testi ön test ve başarı testi son test puanları arasında anlamlı bir fark ortaya çıkmıştır. Fakat p değeri anlamlı farklılık değeri olan 0.005 düzeyine çok yakındır. Anlamlılık düzeyine çok yakın olmasının nedeni, Tablo 9'da da görüldüğü gibi başarı testi ön test puanları ile başarı testi son test puanları arasında bir farklılığın olmasına rağmen bu farklılığın çok az bir düzeyde kalması, başarının fazla olmaması oluşturmaktadır.

Başarı testi son test puanlarının başarı testi ön test puanlarından az bir fark göstermesinin nedeni, kontrol grubuna uygulanan geleneksel yöntemin etkisi olarak yorumlanabilir. Bu sonuçlara göre geleneksel öğretim yöntemi öğrenci başarıları üzerinde fazla bir farklılık yaratmamıştır.

Yapılan deneysel işlemde gruplar arasında süreç içerisinde oluşan değişimin duyuşsal yönünün de incelenmesi için başarı testi ile birlikte ön ve son test olarak uygulanan tutum ölçeği, yaratıcı drama yönteminin öğrenciler üzerindeki etkisini diğer bir yönden incelemek için işe koşulmuştur. Bu nedenle her iki grup için de süreç öncesi ve sonrası durumlarının tutum ölçeğine yansımalarının da incelenmesi gerekir.

Deney grubunda bulunan öğrencilerin Sosyal Bilgiler dersine yönelik tutumlarındaki değişimin incelenmesi için yapılan analiz sonuçları Tablo 10'da sunulmuştur.

**Tablo 10: Deney Grubu Öğrencilerinin Tutum Ölçeği Ön Test ve Son Test Puanlarına İlişkin Eşli Gruplar T Testi Sonuçları**

Deney Grubu (Tutum Ölçeği)	N	$\bar{X}$	$S_{ss}$	t	p.
Ön Test	25	3.8	0.58	7.22	0.001
Son Test	25	4.5	0.45		

Tablo 10 incelendiğinde 25 deney grubu öğrencisinin ön testte aldıkları puanların aritmetik ortalaması 3,8 iken; son testte aldıkları puanların ortalaması 4,5'tir. Yapılan eşli gruplar t testinin p değeri 0.001 bulunmuştur. Bu durum deney grubunun Sosyal Bilgiler dersine yönelik duyuşsal hazırbulunuşluklarının deneysel süreç içerisinde istatistiksel olarak anlamlı bir biçimde

değiştiğini göstermiştir. Buradan da deney grubunda derslerin işlenişinde kullanılan yaratıcı drama yönteminin derse yönelik olumlu tutumları arttırmaya yönelik bir etki yarattığı sonucuna ulaşılmıştır.

Yaratıcı dramının etkisini daha iyi görebilmek için kontrol grubundan elde edilen tutum puanlarının da analiz edilmesi gerekli olmuştur. Bu nedenle yapılan eşli gruplar t testi sonuçları Tablo 11'de verilmiştir.

**Tablo 11: Kontrol Grubu Öğrencilerinin Tutum Ölçeği Ön Test ve Son Test Puanlarına İlişkin Eşli Gruplar T Testi Sonuçları**

Kontrol Grubu (Tutum Ölçeği)	N	$\bar{X}$	$S_{ss}$	t	p.
Ön Test	25	3.9	0.51	0.18	0.85
Son Test	25	4.0	0.52		

Tablo 11 incelendiğinde kontrol grubunun ön test tutum puanları ortalaması 3.9 iken; son test tutum puanlarının ortalaması ise 4.0 olarak hesaplanmıştır. Bu durum kontrol grubunun tutumlarında önemli bir değişiklik olmadığını işaretidir. Analiz sonucunda elde edilen p değeri de 0.85 olarak tespit edilmesi de bu görüşü desteklemektedir. Dolayısıyla geleneksel yöntemle işlenen dersler öğrenciler derse yönelik olumlu tutum geliştirmeye yardım etme konusunda başarısız olmuştur.

## 4. SONUÇ VE ÖNERİLER

### 4.1. Sonuç

Bu araştırmada yaratıcı drama yönteminin Sosyal Bilgiler dersinde öğrencinin akademik başarısı ve tutumları üzerindeki etkileri ortaya konmaya çalışılmış ve üç alt probleme cevap bulmaya çalışılarak, araştırmanın asıl uğraşı noktasını oluşturan problem cümlesinin çözümlenmesi amaçlanmıştır. Deneysel yöntemin kurallarının araştırmacı tarafından konulup uygulandığı araştırmada elde edilen sonuçlar şu şekilde özetlenebilir:

1. Ön test olarak uygulanan başarı testi ve tutum ölçeği sonuçları ve bunların analiz edilmesinden elde edilen verilere göre, deney ve kontrol grubu olarak oluşturulan iki sınıfın birbirine denk olduğunu görülmüştür. Böylece 6-A ve 6-C sınıflarının, üzerinde çalışılacak olan deneysel yöntem için uygun olduğuna karar verilmiştir.

2. Deney ve kontrol gruplarından alınan son test puanları üzerinde yapılan analizlere göre aynı seviyede çalışmaya başlayan iki gruptan süreç sonunda yaratıcı drama yönteminin kullanıldığı deney grubu, geleneksel yöntemle derslerin işlendiği kontrol grubuna göre bilgi ve tutum seviyesi anlamında daha fazla ilerleme kaydetmiş, bu durumun istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür. Dolayısıyla yapılan son testlerde gruplar arasında fark olduğu tespit edilmiştir. Bu farkın kaynağını deney grubu öğrencilerinin başarı testi ve tutum ölçeği son puanlarının aritmetik ortalamasının kontrol grubu öğrencilerinin başarı testi ve tutum ölçeği son test puanlarının aritmetik ortalamasından oldukça yüksek olması oluşturmuştur. Gruplar arasındaki farkın deney grubu lehine olması; deney grubunda uygulanan yaratıcı drama yönteminin, kontrol grubunda uygulanan geleneksel öğretim yöntemine oranla öğrenci başarısını daha fazla arttırdığını ortaya koymaktadır.

3. 6. sınıf Sosyal Bilgiler dersinde yaratıcı drama yönteminin kullanılarak programın uygulandığı deney grubu ile geleneksel yöntemin uygulandığı kontrol grubu arasında başarı ve tutum yönünden ön test sonuçları arasında denklik tespit edilirken, son test sonuçları arasında manidar düzeyde deney grubunun başarısının yüksek olduğu görülmüştür.

Yaratıcı drama yöntemi, öğrencinin hem derse olan ilgi ve motivasyonunu arttırmakta, bilgiyi yaşayarak öğrenme fırsatları sunarak, öğrenmenin daha zevkli hale gelmesini sağlamaktadır. Dolayısıyla eğitim programlarında mihver ders olarak yer alan Sosyal Bilgiler dersinin amaçlarına uygun olarak yaşama dair bir çok bilgi ve becerinin (grupla çalışma becerisi, empati kurma ve iletişim becerileri, etkili konuşma becerisi, araştırma ve eleştiri yapabilmek vb.) kazandırılmasında mutlak suretle uygun yer ve zamanda uygulanması gereken bir yöntemdir.

#### 4.2. Öneriler

Sosyal Bilgiler dersinde yaratıcı drama yönteminin kullanılmasının başarı ve tutumlara etkisinin araştırıldığı bu araştırmanın sonucunda elde edilen bulgulara dayalı olarak aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir:

1. Sosyal Bilgiler dersi, konuları ve öğrenci düzeylerine uygun olarak yaratıcı drama etkinlikleri belirlenmeli, bu konuda plan ve programlar hazırlanmalı, uygulamalar yapılmalıdır.
2. Öğretmenler Sosyal Bilgiler dersinde konuları işlerken yaratıcı drama etkinliklerinden yararlanmalıdırlar.
3. Sosyal Bilgiler derslerinde kullanılacak olan yaratıcı drama etkinliklerinin hazırlanması ve uygulanmasında öğrenciler etken olarak yer almalıdır.
4. Yaratıcı drama yoluyla öğretimin uygulanması sırasında, öğretmen sadece sorularıyla ve geri bildirimleriyle rehberlik yapmalı ve öğrenciler için sınıfta rahat, gerilimsiz, özgürce düşüncelerini ifade edebilecekleri bir ortam yaratmalıdır.
5. Öğrencilerin başarıları yalnızca yapılacak sınavlarla değil, yaratıcı dramanın öğretimde kullanılması süreci içinde yaptıkları çalışmalarla da değerlendirilmelidir.
6. Öğretmenler, özellikle öğrencileri yaşama hazırlayan Sosyal Bilgiler gibi derslerde öğretmen merkezli, ezbere dayanan bir öğretim yerine öğrenci merkezli ve bilgiyi kendisi yapılandıran, öğrenmeyi öğrenen öğrenciler yetiştiren öğretim yöntemlerini kullanmalıdırlar.
7. Eğitim programının içeriğinin yüklü olması nedeniyle yaratıcı drama yoluyla öğretim yönteminin uygulanması zorlaşmaktadır. Bu nedenle, eğitim programlarını içerikleri bu aktif öğrenme-öğretme yöntemini uygulamaya olanak sağlayacak şekilde yeniden düzenlenmelidir.

#### KAYNAKÇA

- ARAL, Neriman ve Gülen BARAN. (2003). Eğitimde Drama. İstanbul: Ya-pa Yayın Pazarlama.
- DEMİREL, Özcan. (1997). Kuramdan Uygulamaya Eğitimde Program Geliştirme. Ankara: Usem Yayınları.
- Millî Eğitim Bakanlığı (2005). İlköğretim Sosyal Bilgiler Dersi

- Öğretim Programı. Ankara: Talim Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- NIXON, Jon. (1988). Teaching Drama. A Teaching Skills Workbook (Focus on Education). London: Macmillan Education Ltd.
- O'NEIL, Cecily and Alan LAMBERT. (1990). Drama Structures. A Practical Handbook For Teachers. London: Hutchinson.
- ÖMEROĞLU, Esra. (1990). Anaokuluna Giden 5-6 Yaşındaki Çocukların Sözel Yaratıcılıklarının Gelişiminde Yaratıcı Drama Eğitiminin Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- SAN, İnci. (1991). "Eğitimde Drama" Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi. Ankara: 23.2.
- SAN, İnci. (1994). "Drama ve Öğretim Bilgisi." Ankara: Türk Alman Kültür İşleri Kurulu Yayın Dizisi. No 5.
- ÜSTÜNDAĞ, Tülay (1988). Dramatizasyon Ağırlıklı Yöntemin Etkililiği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ÜSTÜNDAĞ, Tülay. (1994). "Günümüz Eğitiminde Dramanın Yeri". Yaşadıkça Eğitim. Kasım/Aralık. Sayı 37. 7-10.
- ÜSTÜNDAĞ, Tülay. (1997). Vatandaşlık ve İnsan Hakları Eğitimi Dersinin Öğretiminde Yaratıcı Dramanın Erişime ve Derse Yönelik Öğrenci Tutumlarına Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.



# THE ANALYSIS OF CAPITALISM ACCORDING TO MARX AND WEBER

## SUMMARY

The emergence of capitalism, the development and functioning process of it according to Marx and Weber constitute the purpose of the research. First of all, it has been mentioned about the history philosophy of Hegel and the materialism of Feuerbach. It has been explained the development of the understanding of dialectical materialist history by taking dialectics from Hegel and materialism from Feuerbach. And later, it has been focused on the ideas of Marx and Weber about capitalism. It has been understood that there is not a direct criticism of Weber to Marx. However; there is no connection between capitalism and profit and the ambition of making more money has been advocated by Weber in an indirect way. But, in Marx, it has been stated that the main ground on which the functioning of capitalism is not profits, it is surplus-value. It has been understand that the contradiction between capital and labor has betrayed itself clearly in surplus-value.

Key Words: Surplus-value, Dialectics, Philosophical History, Profit, Spirit

## KAPİTALİZMİN MARX'A VE WEBER'E GÖRE ANALİZİ

Mustafa SOLMAZ<sup>1</sup>

### ÖZET

Kapitalizmin ortaya çıkışının, gelişiminin ve işleyişi sürecinin Marx'a ve Weber'e göre nasıl temellendirildiği, araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Öncelikle Hegel'in tarih felsefesine ve Feuerbach'ın materyalizmine yer verilmiştir. Diyalektiğin Hegel'den, materyalizmin de Feuerbach'tan alınmasıyla, diyalektik materyalist tarih anlayışının nasıl geliştiği açıklanmıştır. Daha sonra sırasıyla Marx'ın ve Weber'in kapitalizm hakkındaki görüşleri üzerinde durulmuştur. Weber'in Marx'a yönelik doğrudan bir eleştirisinin olmadığı anlaşılmıştır. Ancak dolaylı yoldan, kapitalizm ile kâr amacı, daha çok kazanma hırsı arasında bir ilişkinin kurulamayacağı Weber tarafından savunulmuştur. Fakat Marx'ta kapitalizmin işleyişinin dayandığı temel zeminin kâr değil, artı-değer olduğu saptanmıştır. Artı-değerde, sermaye ile işçi arasındaki çelişkinin kendini açık bir şekilde ele verdiği anlaşılmıştır.

Anahtar Kavramlar: Artı-değer, Diyalektik, Felsefi Tarih, Kâr, Tin

### INTRODUCTION

There are two main approaches at the point of development and functioning of capitalism. They are based on the views of Marx and Weber. Researchers generally have tried to justify one of these two thesis. Some of them collect argument to validate the views of Marx and some of them collect argument to validate the views of Weber. However; there have been a few thesis comparing the views of both of them and revealing the differences between them. It has been needed to make that research to overcome that difficulty and to have more clear information about the capitalist organizational. Because of this, first of all, it has placed the theory of Marx and later, Weber's. Then the comparison has been made between them. It has been mentioned the circumstances preparing it as the theory of Marx has been more understandable. It has been mentioned about the philosophy of history of Hegel and the vulgar materialism of Feuerbach. It has been tried to explain how a social dialectic has developed from these two foundations. It has been tried to analyze how that new dialectic has defined the capitalism.

### 1. From the Dialectic of Spirit to Social Dialectic that Societies Have Replaced Each Other

Hegel agrees that there are three types of historiographies: Genetic History, Intellectual History and Philosophical History. In Genetic History, the writer has involved in the spirit of the event that he has told. The writer and the events that he told do not belong to a different time zone. The writer has internalized the events that he has met. However; there is a difference between the writer and the context that the events occurred in the Intellectual History. The writer does not involve in the events that he

belong to a different time zone. The writer has internalized the told. He beyonds of it.

Intellectual History has divided into four groups: Universal History, Pragmatic History, Critical History and Philosophy World History. Universal History, in general, is the history of a nation, country or the whole world. It offers a holistic narration. Pragmatic History has been written with the concern of turning to the past. Benjamin's interpretation about Historical Materialism reminds the Pragmatic History of Hegel. "To articulate the past historically is not to know that past how it has been in fact. In contrast to that, it means to capture a memory in a time of danger. The important factor for historical materialism has been to protect a historical image in the case of danger with its original form." (Benjamin, 2009: 39-40) There is a tendency to the past for some reasons in both of them. While the reason of this tendency has been recovered the subject itself to be a tool of the ruling classes in Benjamin, the reason of the interest to the past is moral in Hegel. In case of disruption of a nation's spiritual atmosphere, Practical History has a great task to resurrect it again. Another form of Intellectual History is Critical History. Critical History is different from other data of history. The subject of it is not occurred events, it is history itself. It investigates that what kind of historical writing would be more suitable. The history of researches such as: Religion, Law and Art consist of the transition to Philosophical World History. The forth kind of history writing is about the conceptual development of various disciplines.

Philosophical World History, includes the rational category in history. Hegel makes a statement about that subject in three places. In the first, he has stated that "it is the simple Reason thought that reason has dominated to the world and for that reason the thing that has rational progresses in the world history." (Hegel, 2011a: 15) In the second, he says that "if we can not enter to the History of World with Reason and information, , then, at least

Arş. Gör. İnönü Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü.

we should believe that Reason is there.”(Hegel, 2011a: 16) In the third, he has said that “if so, World History has been a rational progress, the nature of the World History has always been and the same, but the Spirit has explained that only nature in a specific presence is a compulsory process and just that history itself should be examined.”(Hegel, 2011a: 17) The different views discussed in all three, can not be easily distinguished from each other. However; the attitude of Hegel is the direction of the second one.

For a better understanding of the subject, we have to be remembered everything that Socrates discovered in Anaxagoras. Socrates has said that he has first come across “the concept of Reason” in Anaxagoras. He gets carried the hope like he has found a teacher in the particular one that has shown the particular purpose of it and in the whole that has shown the universal purpose of it. But then, he has understood that the thing that Anaxagoras has understood from the Reason is not an abstract thing, it is like something such as: air, and ether. The thing Socrates has tried to find is an abstract mission from the movement of himself. But Anaxagoras has tried to find a more different thing like tangible assets. The purpose in the Philosophy of History is similar to the one that Socrates has researched the nature by means of Reason. However; the subject has changed here. The research site is not nature, it is historical narratives.

We understand with the rationality in History that it has a beginning, development and result. More importantly, we comprehend that the purpose of the events that have occurred. History is a way towards freedom. “The principle of Spirit, the last purpose of it, is that the thing we are called the nature of it has been just an abstract, universal thing.” (Hegel, 2011a: 29) It is that man is free with regard to Human, isn't One or some people. Man should not be free because of the qualifications that human being has. He has gained that right just as he is a human. This is the first principle of Spirit. The second principle is related to the fulfillment of the necessary things to reach that purpose. “A mode should be brought for actuality and that activation is functionalization and in general it is the activity of people.”(Hegel, 2011a: 29) Human beings have to act to fulfill their subjective needs. What pushes people into action is their needs, desires and passions. Because, “... nothing is achieved without the general interests of the participants to it, and in the extent of the ignorance of all other interests and ends that have been or to have been, the admission all of the nerve fibers to an only object and concentrate all of the needs of the individuality on that target, we have said that it is a passion and then in general we should say that we can say that nothing has been managed without passion in the world.”(Hegel, 2011a: 30) We both respond to our own needs and reach more things that we aim while we are trying to get our passion. Hegel has given an example about a “fire” event on that issue (Hegel, 2011a: 34-35). We can ask to anyone the account for that as a someone that has been aggrieved. The most effective and direct way of it is to hurt him. We think to burn his house even if we know that we have been criticized. We believe that our own revenge will come down by hurting him economically. For that reason, we have done the first movement. However; we can not think that if we burn that house, other houses will also burn. The harm that we will cause can not be only related to goods. We can cause the death of lots of people. “... they have implied that more things have appeared that in general, people aimed and reached and the things that know and want in an indirect way via of their actions; they have fulfilled their interests, however; in that way, the more important thing has been managed that it has

not been in their aims and consciousness whereas it has been in their actions as an inter thing.”(Hegel, 2011a: 34- 35)

If the person has run his passion, lots of things will happen that he has aimed. His particular interests, wishes and passion have been the essential condition of the universe. “The particular interest of the passion is not separated from the activation of universal, because, the one that has been universal has been born from the one that has been specific and particular. The ones that have argued with each other is particular and some parts of them could disappear.”(Hegel, 2011a: 40) The one that is general and universal consists of meeting their particular actions of the people who have tried to resolve their own desires and passions and their conflicts. In that process time is also important. “Time is the negative in sensual: thought is also the same disadvantage, however; it so infinite and interior that everything that has been existed solves with it.”(Hegel 2011a: 87) The certain shape of the Spirit does not pass only in natural way in time, unlike of that it is eliminated in the activity of self-conscious by itself. That elimination is also a storage and upgrade as it has been the activity of thought. In that way, Spirit both eliminates reality and durability of that thing and gains universality and thought of that thing (Hegel 2011a: 87). The progress of Spirit consists of three stages. First of all, represents the decadent of Spirit to the natural one. Spirit is not aware of here that it has been different from the natural and material one. When it is aware of that, second stage takes place. However; Spirit is not separated from the natural completely here. It is still affected from the natural one. The case that Spirit is get rid of the natural effects consists of the third stage of the progress of Spirit. Spirit is still completely free from the natural. It has reached the pure universality and self-consciousness of Spirit.

Indian thought consists of the decadent of the Spirit to natural one. Spirit can not pass the natural one in it. Spirit was embedded to it. It has not understood that it is different from the area of objects and natural assets. There is a single substance in Indian thought. And, it is not the product of thought. It is a powder that the nature has produced. That way of thinking the one that has been sensual does not serve the intellectual one. “So, everything, the sun, stars, Ganges, Indus, animals, flowers, are the God for it and in this divinity, the one that has an end loses its solidity and permanence, but the one that has been divine can change for own and as it is susceptible, it can be dirty from beginning to end.”(Hegel, 2011b: 38) However; the harm of the divine one does not occur in Indian thought. Anthropomorphic understanding of the God has been developed in Egypt and Greece. According to Herodotus, almost all the names of God have come from Egypt to Hellas. Poseidon, Dioskurlar, Hera, Hestia, Themis, Khariftler and the others have been known by Egyptians since the ancient times. However : they do not know the name of Poseidon. Pelasgs have been given that name to this God. No other communities apart from Libya have known the name of Poseidon (Herodotos, 2007: L).

The thought that Spirit is different from the natural has been in Persians. In Persians thought, Spirit has understood that it is different from the natural. The light that has been spreaded from Zoroaster has provided the development of that understanding. Primeval things showing Spiritual is different from natural have come from both Egypt and understanding of God of Jews. Isiris and Osiris cultures have shown that the natural one has been compromised. There has been a speculative interfere towards the natural one. But, Yehova is a pure One. “... The light has been

Yehova anymore... The breaking between east and west has become true in that way, Spirit goes in the depths in its own and comprehends the fundamental, abstract principle as Spiritually.” (Hegel, 2011b: 95) Spiritual element here breaks itself from the sensual elements and Nature has reduced something external. That is the reality of the nature because, idea can reach to compromise to itself later. The first word of it will be opposed to nature. Because, firstly, it has gained a value here. (Hegel 2011b:95 ) It is important that the breaking of Spirit from natural. Because, “...Spirit should be with own. That is completely Freedom, because, when I am dependent on someone else, I am not myself, if I am with my own, then I am free. This is the own consciousness.”(Hegel, 2011a: 24)

The journey of Spirit consists of the essence of philosophy history of Hegel. However; Marx thinks in a more different way: “My dialectic method is not only different from Hegel but also, it is completely the opposite of it. The living process of human brain for Hegel is the creator and architect of the real world and real world is an external phenomenal form of the idea. For me, on the contrary, the idea is not anything different from the reflection of the material world to the human mind.”(Marx, 2003a: 26- 27) History like information can not complete the process of it by reaching an imaginary state of perception. A perfect society and a perfect state are the things that have only been in our thoughts. On the contrary, all cases which have followed one another in History consist of the temporary stages of development of human society. Each stage is necessary and therefore legitimate in the period, but, it becomes invalid when it meets new superior conditions. It has to give its place to another one. How the Bourgeoisie scattered all of the old-fashioned and durable institutions due to the competition and world marketing, in the same way that dialectical philosophy has scattered all of the concepts of absolute and ultimate truth with the concepts of the ultimate states of the people corresponding to them (Engels, 2009: 17-18). Dialectical development showing itself in the History and nature, the chain of reasons moving towards the lower level to upper level, according to Hegel is in a place that is unknown since eternity. It is necessary to destroy that reverse posture. We should take the opinions in our brain as a reflection of ideas and reconceive those with a materialistic point of view instead of seeing real objects as a reflection of absolute level of this or that idea. In that way, dialectic has transformed into both external world and human thought. But the dialectic of the idea becomes just a conscious reflection of the real world and in that way, the dialectic of Hegel is converted head-up, he has been put over his feet (Engels, 2009: 55-56 ).

The thought of two philosophers has an important place in the essence of scientific socialism Marx and Engels have tried to develop. The first of these is Hegel and his dialectical method. Second one is Feuerbach and his strict, hard materialism. According to Feuerbach, “Nature exists as independent each kind of philosophy, there is nothing apart from nature and people and superior beings that have been created by our religious power is not anything apart from a reflection.”(Engels, 2009: 25).

Although it is seen like Feuerbach’s naturalistic has a shocking effect on German idealism, it still has a very rude quality. The most important deficiency is that he does not see the nature as the developing asset in historical process. A dialectic nature concept is missing in it. There have been three important and big discoveries which will change that belief so far. The discovery of development law of cell, energy and types has caused the idea that natural thing has a tough structure and tough always

changes. These were the discoveries which had been done in the age in which Feuerbach lived. But Engel broached two important reasons why Feuerbach had not got a nature idea suitable to these new discoveries. One of them was that discoveries in those periods have been in the crawl stage yet. Also even scientists who were directly interested in that area were complicated in that point. Second one was Germany conditions which caused Feuerbach to be far away from his society and to box in only one small village. These two important factors caused not to the formation of dialectic nature understanding.

If a dialectic is taken from Hegel and if nature is taken from Feuerbach; a dialectic understanding which got free of its mystic shell will be developed. It is not enough. The area in which new developed dialectic will be applied will be communal world not natural world. We should adapt dialectic especially on communal area. That discrimination should be hold in front of especially eyes. Because Marx and Engels criticise Feuerbach because Feuerbach insisted on natural area and he paid attention to communal ones. According to Marx and Engels, a person is a sensitive on one side and on the other side a person is a communal being. Person and society are not discriminated from each other. Then the last shape of dialectic will turn into this: “.... Dialectic sees the every communal type which has developed as historically in a liquid movement...”(Marx, 2003a: 27)

## 2. The Capitalism Analysis of Marx

The society types which have developed in historical process and will develop are qualified as “ With rough lines, asian type, antique, feudal and modern production types, advanced periods of economic society institute.” (Marx, 2009: 93) Marx’s explanations focus on modern production types and capitalist production. We need a general assessment to understand the Marx’s analysis related to capitalist organising. There are four main elements of methodology which we have to apply:

- a) How is capital acquired which is needed for Industrial Revolution;
- b) How do workers and unpropertied proletariat who have come together in the factory system appear;
- c) What are the powers who offer many people to work all together at the same time and in the same place;
- d) What is the core of that capitalist organising operation mechanism and all that process

a) At the beginning of ninth century, Islam Empire took all world trade under its hegemony. It took hold of all the beaches of Spain, Africa, Mediterranean, Egypt and Syrian. Mediterranean harbours such as Carthage, Tunis, Alexandria and Antios belonged to Muslims (Pirenne, dateless: 267). Thus West Europe started to creep into its own skin. It started to be far away from trade and cultural interaction and it leaned towards feudal organising. Byzantine Empire which is another part of Rome Empire was luckier. Because Istanbul and Anatolian beaches had not been taken under domination yet. Byzantine had the key of Europe in its own hand. But later, in fifteenth century, with the help of wartime which had been done by Ottoman Emperor Sultan Mehmet, there was a not wanted event. Byzantine started to lose not only its own trade centers also lose its asset and power.

Europe was facing with an important deadlock economically. Ways which would save it from that situation were being searched. Geographical Discoveries was the lead of those ways. Both new trade ways were being found and richness belonged to those regions were being used with the help of geographical discoveries. "Big revolutions which were seen in trade and provided the development of merchant capital were important elements which made transition from feudal production type to capitalist production type easy with geographical discoveries in 16th and 17th centuries. Immediate expansion in world market, the accession of goods in circulation, the ambition and rival business which have been showed by European nations to have Asia's products and America's treasures, the system of commercial factory gave corporeal assistance for the breaking up feudal chain on production." (Marx, 2004: 293) Manufacture and the production movement itself showed an enormous development as a result of the discovery of America and the ways of East India Sea with expansion fact of trade. The silver and gold crews which had been brought from India changed the situations of communal classes totally. It put down a big and tough beat on feudal land ownership and its proletarians (Marx, 1968: 62). Silver and gold which had a movement in Europe increased after finding of mines which were richer and of which processing was easier in America in 16th century. So the value of silver and gold decreased if they were compared with other mines. Employees continued to get silver as money depending their workpower. Worker's financial price was at the same rate but their wages decreased. Because they had less goods in the consideration of same quantity silver. That situation made it possible that capital got big and communist bourgeoisie carried forward its ascension (Marx, 2003b: 33).

b) The finding of the ways of Geographical discoveries and new trade were the ones which generally formed the trade capital. The presence of usurer capital was needing some of the products to turn into goods and also it needed some of these products to develop near the goods trade in the various functions of money (Marx, 2004: 526). In that meaning, the awaken of trade again caused the awaken of usury again. Though usury was not in repose. Because money was service for arresting others labor by buying land, money and slave, money can be spent as capital and it can get interest. There were two characteristics which showed the presence of usury in the periods which prevented capitalist (Marx, 2004: 527). The first borrowed money was given to super class and landowner and the other was given to artisans who had their own labor vehicles. Artisans started not to pay the debt which they had borrowed in the length of time. They lost their own means of production. Because the debts which had been given lavish landowners spent freely were not taken, their lands were confiscated. There were many unemployed and idle people everywhere. Those people were not only the landowners. Those people were also artisans who had lost means of production and properties to live. "Independent" proletarian which had been created via accommodation of people with land by force and resolving links of feudal dependents was not assimilated by manufactures with the same speed. Additionally, those people who had been detached suddenly from their conventional life styles did not get used to live in that discipline which was needed by that new situation in the same speed. They become beggar, bribour and adrift with the effect of some aptitudes or many times with compulsion of conditions (Marx, 2003a: 630). "There were similar periods especially in 13th century but generally being adrift always developed at the end of 15th century and at the beginning 16th century. There were so

many adrifts that the England King Henri VIII as the many other kings had 72.000 of them hanged out and there must be a very big destitution to carry off finding them job and then at last they got over all the difficulties and they were successful in that goal. The quick improvement of manufacture was giving gradually an end to those idles especially in England." (Marx, 1968: 62)

The production styles were generally guild, manufacture and Huge Industry in the historical process. Guild is a middle ages production style. An artisan who work in guild had the authority to have a number of employees. S/he had the chance to have some limited number of workers who would obey his or her rules.

Manufacture is a production style which was active between years of 15th and 16th centuries and XVIII th and XIX th centuries. Manufacture is a planning which is as a home industry. The pieces of goods which had been produced was coming from different places and at the end of that process they were being installed in a place. The whole production process of a goods was not being done there. It was a production style which was more barbaric in Huge Industries and more developed in guild.

c) Different pieces were being functioned in only one place in other words it was functioned in factory organization and that situation was preparing the birth of Huge Industry Business Huge not in different places. There were two important invention which prepared the development of Huge Industry Business. Those were the invention of winder machine and the other is using of steam power in the production process. The first invention was the spinner machine, winder which had been invented by James Hargreaves in 1764. That machine was the beginning of bobin which was invented later and it was being moved by hand. That winder had sixteen or eighteen spindles while a normal winder had only one spindle also one employee was enough to do all work. That invention needed more yarns than the previous amount (Engels, 2007: 32). Winder was being developed regularly so that it would go with the change or else it would be thrown away. In reality, because capitalists used water power, they had the chance to prevent that situation by the help of old machines but it was impossible for the one by one spinners. That was the beginning of the factory but later it showed a new development with turning yarn machine which had been invented by Richard Arkwright in 1767. It was the most important invention of 18th century after steam engine. From the beginning it had been thought for Mechanical movement and it had been totally depended on new principles. Samuel Crompton who had put the features of yarn machines and winder together invented spool in 1785. The system of factory became the first in producing cotton yarn by the help of development of winder machine which belonged to Arkwright and its first step setup (a slight twist and roving twist). Those machines was applied to linen yarn gradually with small changings and it took place the hand working in that area, too. Nevertheless end had not come in that time yet. Dr. Cartwright invented engined weaving loom at the end of 18th century and he developed it well in 1804 thus it started to compete with hand weaving looms in a successful way. All of those machines were invented by James Watt in 1764 and that steam engine which provided driving energy became more important since 1785 (Engels, 2007: 34-35)

While putting many machines together in a large manufacture caused to usage of steam power, the competition between steam and human muscle made it quickly to gather machines and people in big factories (Marx, 2003a: 407). While revolution wind was sweeping country, there was a top and bottom situation

which was quiet and not less powerful in England. Steam and new machinery turned manufacture into modern big industry situation and thus it destroyed all the basic of bourgeois society. The slow development of manufacture period turned into a overwhelming lively period of production (Engels, 2003: 299)

d) Lastly, it was important to understand the process style of capitalist production style and modern production style. The goods which has been produced has double sides. One of them is to meet the need of people themselves and above this to not have a process. That side forms the usage value of goods. But if that goods exceeds its value and it changes with an other goods, it is called as changing value. While usage value is really important in terms of surviving of an employee and continuation of life, it is important to change with an other goods and make profit from it for the owner of capital. The usage value of a goods is important for the owner of capital, too. But that usage value is necessary which is produced by the owner if it subserves to person who will buy it. It means changing value for capitalists and it means usage value for the others.

G(goods) – M(Money) – G(goods) which is the most easy circulation style of goods is the turning of goods into money and turning of money into again goods also it is selling for buying. But there is one extra circulation way which is totally different from it. It is M-G-M1. It means turning of money into goods and then again turning of goods into money also it means buying to sell. It is indispensable condition for a capitalist to buy a goods, to handle it and to make profit it (Marx, 2003a: 139). The development of value which is objective or main source of M-G-M1 circulation is important for a capitalist because it is his or her subjective purpose. Step by step the capitalist become big by having a different character and s/he will function by having a conscious and willpower (Marx, 2003a: 143). M1 has been more than first M. M1 has started to have more value than the first money which was driven in the markets before. "I call that rise which is above its first value as "surplus-value". First driven value increases its first level and it puts a plus on its normal level. That movement turns it into capital." (Marx, 2003a: 142)

The capital of a capitalist consists of fixed capital, changing capital and surplus-value:  $C(\text{Capital}) = f(\text{fixed capital}) + c(\text{changing capital}) + s(\text{surplus-value})$ . The capitalist puts his or her money in a wholesale means of production. The money which is needed to buy means of production has been taken by him or her in one time. That means of production lives for a long time. The capital which has been put by the capitalist runs out by depending on the presence of that means of production. For example the money which is taken from a capitalist pocket to buy a yarn spinning machine is M. Suppose that the life of a means of production is 10 years. According to it, there is a transition from fixed capital into production process in the amount of  $M/10$  every year. Fixed capital which has been spent by the capitalist for means of production will run out at the end of ten years. If capital does not add to production process depending to time, changing capital will appear. The capital which has been spent for raw materials and wages forms the changing capital. The value of raw materials and wages has passes to the production value in one time and wholly. They has been transmitted to production gradually as the elements of fixed capital (Marx, 2004: 100). The changing capital which has been paid in for wages causes to hand in a surplus-value via employees who have not got anything to live without wage : "c" turns into "c+...". Any wage has not been paid for that "+..." which has been added to "c". That is labor of

which response has not been paid.

Generally, profit and plus-value have been mixed with together. But there is an important difference between them. "Although every kind of surplus-value crystallizes under any private style (such as profit, usury and rent ) later, originally it is like a substance structure of a labor of which response has not been paid. The secret to make capital bigger appears itself as saving authority which is related to others' a number of labors whose response has not been paid at the end" (Marx, 2003a: 457) "... profit is an other name which is given to surplus-value itself and it has been presented in correlation with total capital, it has not been presented with changing capital." (Marx, 2004: 191) "... On the other hand, the surplus-value rate is the rate of surplus-value to changing capital part." (Marx, 2003a: 448 ) We should think profit on total capital , in other words we should think it on "c". On the other hand , we should understand surplus-value on changing capital , in other words we should understand it on "c".

The fixed capital which is 400.000.000 Sterlin and the changing capital which is 100.000.000 Sterlin are different in every country in addition to that if we suppose that we have surplus-value as the amount of changing capital, let's think that we have a capital which is 600.000.000 Sterlin. Our profit will be 20% in other words our profit will be 100.000.000 Sterlin in that investment process. The surplus -value which has been won without paying any wage to employees will be 100% in other words it will be 100.000.000 Sterlin.

Suppose that capital which has been given as wage is 100 Sterlin. If the produced surplus-value is 100 Sterlin, it shows that the half of an employee' workforce occurs from the labor which has not been paid. Also if we measure that profit with capital which has been given as wage, we will say that the profit rate is hundred out of hundred because the given value is hundred and held value is two hundreds. On the other hand, if we take into account not only given capital as wage but also given social capital for example if we consider 400 Sterlin as the value of raw materials and 500 Sterlin as the value of machines, we will say that the rate of profit is 20%. Because a profit which is 100% is 1/5 of given total capital (Marx, 2003b: 81).

We should not see the difference between profit value and surplus-value only quantitatively. The qualitative difference between them is more important. The relation between capital and labor is relay clear in surplus-value. The amount of owned labor is certain without paying any labor. Profit causes a mediation because means of production have needed raw materials. Also whether means of production has been bought appropriately or not and whether raw materials have been bought affordly or not are included into work. Therefore, profit causes that surplus-value which is clear at the beginning will be seen with other things and it will be disappeared by other things at the end. The image of capitalist earnings are originated from these kind of things occurs. But the cause of getting surplus-value is not because of neither means of production nor raw materials directly or indirectly. The only way to live for an employee is labor without any wages is not paid more or less.

Weber who tries to explain the capitalist economy from the vital basis of a certain religion understanding says that the purpose of capitalism is not profit motive. " Many of the richest people, especially many of rich cities and the emperors which are the most developed ones suitably and economically in terms of natural

sources and associated networks accepted Protestantism in 16th century; the effects of these provide the Protestantism to be active in economic fight in today's world. But since that days that historical question has been asked to that situation. The question is that How will church revolution which is in economically developed places be explained? Surely the answer of is not easy. Getting rid of being traditional in economical situation has appeared as an element which support has supported process of insubordination to both religion tradition and traditional authorities. But today , it should be given too much attention to that subject: Reform is not to take totally all the effects of church authority on the people's life, reform is to change the presence style with a different meaning. Changing is to give its place to an authority who has an effect to all living styles, has a forever power, and observable effective in all the parts of private and social life .The rule of Catholic Church "which giving punishment to unbeliever and behaving softly to sinner" was more valid in the past than now it is. Now it is seen as a nice thing by people who has modern economic structure and also the people who lived in widest places richly and economically in 15th century saw it as a nice thing, too." (Weber, 2012: 24-25)

### **3. The Capitalism Analysis of Weber**

Two important elements caused to the development of modern capitalism. "The discrimination of home and work" and "notebookkeeping" caused new capitalism to become more regular and planned. But these things are not enough for the development of capitalism. Capitalism is a product of certain living style It is a product of people who works for God, do not waste their money and tries to be away all the bad habits and luxuries things which will seduce them. It has developed as a result of life style in which people tries to exalt God's renown, spend every bit of time for God by working and give importance to time.

The intensive development of religion on life is related to an ascetic living style. We can not consubstantiate exactly that living style with traditional "first sin teaching". The first sin teaching of Middle Ages needed to break ties with life. On the other hand Puritan ascetic does not try to be away from that world. Unlike it gives importance to that world. It works on it, it exalts God's renown in such a way.

Aziz Paulus underpinned the first sin in the first periods when Christianity started to spread. He believed that human being was removed from heaven because s/he ate illicit fruit and then s/he was taken down to earth. "Sin entered the world via a person and death entered the world via sin. Thus death spreaded to all people. Because they all sinned." (Rom.5: 12) "Only one sin will cause condemnation of all people also only one accuracy event will acquit all people in the life." (Rom.5: 18) "Because how many of them were all seen as sin because of an intractable man, many of them will be seen as truthful after obeying behaviour of a man." (Rom.5: 19) "God presented the Messiah as the sacrifice whose blood would forgive sin and it was embraced with faith. Thus God showed the justice. Because God forgave all the old sins by being patient. God did it to show God's own justice, to be stay in just, to acquit people who believed in Jesus in present time ." (Rom.3: 25-26) "Jesus was confessed to death for our sins and he was awakened for our acquittance." (Rom.4: 25) According to Augustinus, if God is good and if the world is God's creation, how will be devilry in that world? Augustinus tried to overcome that conflict like this : "I am sure that when I want something or not, There is not anybody except me who

want this or not. So this is me. The reason of sin was that which I tried to understand gradually." (Augustinus, 2012: VII. 3) The reason of sin was me. If I had not sinned, How would I have underwent a trial due to a sin which was not related to me? God does not want me to do anything bad so the reason for unhandled sin is not to obey the rules of God and to choose the bad though I should head towards good.

Boethius is asking, too. His question is that "If there is God, Where does devilry originate from? If there is not God, Where does goodness come from?" (Boethius, 2006: 67). But additionally, he answered like this: "An being who has the power to do everything, s/he will do everthing. There was nothing, I said. Then Will God do devilry? No, I said. Then...There is no devilry." (Boethius, 2006: 229)

Thomas defended that there were two devilry types, one of them was physical devilry and the other was ethic devilry. "We needed to present illnesses as the original penalty of sin as the requirement of Catholic belief." (Thomas, 2003: 243) He was answering like this. "Body had the penalty of sin which had been done by Adem." (Tomas, 2003: 247) The first sin was not the source of ethic devilry. The reason of it was our own self-control. Ethic devilry occurs when our self-control is under enjoyable thing's domination (Tomas, 2003: 71). Therefore we can be responsible for the events which we have done so far.

The color of the first sin's comment changes vitally with Calvin. "If the apostacy by which man withdraws from the authority of his Maker, nay, petulantly shakes off his allegiance to him, is a foul and execrable crime, it is in vain to extenuate the sin of Adam. Nor was it simple apostacy. It was accompanied with foul insult to God, the guilty pair assenting to Satan's calumnies when he charged God with malice, envy, and falsehood. In fine, infidelity opened the door to ambition, and ambition was the parent of rebellion, man casting off the fear of God, and giving free vent to his lust." (Calvin, dateless: II. I) "In particular, the miserable ruin into which the revolt of the first man has plunged us, compels us to turn our eyes upwards ; not only that while hungry and famishing we may thence ask what Ave want, but being aroused by fear may learn humility." (Calvin, dateless: I. I)

Calvin thinks that the only saver of human beings is God. Paulus also defended that God was important for the saving of people. But Calvin goes beyond from Paulus. "In conformity, therefore, to the clear doctrine of the Scripture, we assert, that by an eternal and immutable counsel, God has once for all determined, both whom he would admit to salvation, and whom he would condemn to destruction. We affirm that this counsel, as far as concerns the elect, is founded on his gratuitous mercy, totally irrespective of human merit; but that to those whom he devotes to condemnation, the gate of life is closed by a just and irreprehensible, but incomprehensible, judgment." (Calvin, dateless: III. XXI)

According to Weber, the core of belief type which lies under capitalism is this. "The only thing we know is that some people will rescue and the others will stay as damned, to realise that humanistic skill or sin has an important role in defining that fate is a conjecture of the changement of God's unchanging absolute freedom behest from the eternity .(Weber, 2010: 83) At the beginning, there was a big rupture and dissociation between people and God . This was because of the first sin. But we should not think that we can join that rupture with only people working

or labor. Because God's decision is deathless and timeless.

There is a big conflict in that part. If a person is not sure that whether s/he will be chosen and rescued or not then Why does s/he work for God? Why does s/he try to increase God's chance? In exactly that point, Weber focuses on the impossibility of relation which we have established. "What we have focused on is the source of irrational element which lies under every "job" concept as it is here." (Weber, 2012: 62) "Decree absolute element of Calvinism was only one of the different possibilities. But nevertheless, we persuaded ourselves that it had not got any unique consistency in its own type" (Weber, 2012: 105)

## Result

The reason why Weber is interested in modern capitalism is the thought which says that there is not a direct relation between capitalism and gainings, also winning and picking up profit impetus. Because winning desire was the biggest desire of many people in the past as it is same in today's world. Waiters, doctors, drivers, artists, call girls and many people have a purpose for job. So winning desire is not the reason for the capitalism in modern societies. But there is a problem. Profit which has been believed as the reason for capitalism by Weber is not the reason for capitalism according to Marx. According to Marx; forming of capital, appearing of unemployed and idle people, the spinning machine which provide the place for people to work all together and application of steam power in industry are the main reasons for the formation of capitalism with the development of trade and usury since 15th and 16th centuries. The purpose of profit could explain the process of capitalist organizing. Marx is against of that idea, too. According to him, the problem is distaining to employee's labor without paying any money. But profit consists not only the other's distained labor but also capital which holds and exploits other's labor. (Marx, 2004: 452). Thus the profit rate depends on not only surplus-value but also many conditions such as; savings taken from fixed capital, the methods more productive than the average, means of production's buying prices (Marx, 2004: 330).

We should understand the difference between Marx and Weber. The reason for Marx's criticism about capitalist economy is not the "profit" which appeared after the production period and formed after "f+c+s". Marx is against to "s". "Marx always focuses on that his own surplus-value should not be mixed with profit or capital gaining because he says that in reality his own surplus-value is a kind of surplus-value or many times it is only a piece of surplus-value." (Engels, 2003: 239) The main problem is the unchanging reality which lies under those various profit images. The gaining which has been taken from changing capital provides those various profit images to appear. Profit makes that relation invisible. It makes an image which shows that taken gaining comes from means of production and other elements for which unchanging capital has been spent. But There is nothing like this in unchanging capital. Capital is against for labor slightly.

We can get surplus-value over employees via the help of changing capital and capital which has been paid for wages. We can get profit by getting surplus-value not only over employees via the help of unchanging capital and capital which has been paid for means of production but also over whole production process. There is an important discrimination between profit and surplus-value. Surplus-value takes place in the origin of all these relations. Profit is only the image of these relations. Its provision in

agriculture department is "rent". Surplus-value lies under their basic. If there is not any surplus-value, neither profit nor rent will develop. Surplus-value provides the formation of both profit and rent. In that meaning, surplus-value should be prevented and disaccorded firstly. Means of production should be the capital not only of only one person but also of whole society not to formation of surplus-value. It is not enough. Socialized means of production should be worked for society. By using this way we can prevent the holding of unpaid labor and exploitation of their labor.

## BIBLIOGRAPHY

- AUGUSTINUS, Aurelius (2010), İtiraf, Translator: Çiğdem Dürüşken, Kabcacı Publishing House, İstanbul
- BENJAMIN, Walter (2009), Pasajlar, Translator: Ahmet Cemal, Yapı Kredi Publishing House, VII. Press, İstanbul
- Boethius (2006), Felsefenin Tesellisi, Translator: Çiğdem Dürüşken, Kabcacı Publishing House, İstanbul
- CALVIN, John (Dateless), Institutes of the Christian Religion I, Translator: Henry Beveridge, The Edinburgh Printing Company, Edinburgh
- \_\_\_\_\_(Dateless): Institutes of the Christian Religion II, Translator: John Allen, Presbyterian Board of Publication, Philadelphia
- ENGELS, Friedrich (2003), Anti-Dühring, Translator has not been defined, Eriş Publishing House, III. Press, Place has not been specified.
- \_\_\_\_\_(2007), İngiltere'de Emekçi Sınıfın Durumu, Translator has not been defined, Eriş Publishing House, The place has not been specified
- \_\_\_\_\_(2009), "Ludwig Feuerbach ve Klasik Alman Felsefesinin Sonu", Felsefe İncelemeleri, Karl Marx-F. Engels, Translator: Cem Eroğul, Yordam Book, İstanbul, 11-77
- HEGEL, G. W. F (2011a), Tarih Felsefesi -1, Translator: Aziz Yardımlı, İdea Publishing House, III. Press, İstanbul
- \_\_\_\_\_(2011b), Tarih Felsefesi -2, Translator: Aziz Yardımlı, İdea Publishing House Yayınevi, III. Press, İstanbul
- Herodotus (2007), Tarih, Translator: Furkan Akderin, Alfa Press Extension, İstanbul
- MARX, Karl \_\_\_\_\_(1968), Alman İdeolojisi, Translator: Selâhatin Hilâv, Sosyal Publishing House Publications, İstanbul
- \_\_\_\_\_(2003a), Kapital I, Translator: Alaattin Bilgi, Eriş Publishing House Publications, III. Press, The place has not been specified
- \_\_\_\_\_(2003b), Ücretli Emek ve Sermaye / Ücret, Fiyat ve Kâr, Translator has not been defined, Eriş Publishing House Publications, The place has not been specified
- \_\_\_\_\_(2004), Kapital III, Translator: Alaattin Bilgi, Eriş Publishing House, II. Press, The place has not been specified
- PIRENNE, Jacques (Dateless), Büyük Dünya Tarihi, Meydan, The place has not been specified
- THOMAS, Aquinas (2003), On Evil, Translator: Richard Regan, Oxford Press, Oxford
- WEBER, Marx (2010), Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhunu, Translator: Gülistan Solmaz, Alter Publishing House, II. Press, Ankara

# İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE SENDİKA

İsmet Emre GÖKALP<sup>1</sup>

## ÖZET

Gün geçtikçe daha da gelişen iletişim teknolojileri ve bilgi paylaşımı artık insan hayatının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Günümüzde tüm örgüt yapılarını değiştiren bu yenilikler şüphesiz sendikal örgütlenmeleri de etkilemiştir. Bireylerin birleşerek güçlerini kullandıkları sendikaların örgütlenmesinde, önümüzdeki yıllar da bu teknolojilerin en önemli aktörlerden biri olarak karşımıza çıkması kuvvetle muhtemeldir. Bu bağlamda makalemizde, sendikalar bu yeni düzende kendilerine sağlam yerler edinebilmek ve örgütlenme süreçlerini daha etkin bir hale getirmek için hangi yolları izleyebilecekleri tartışılmaya çalışılmıştır.

Anahtar Sözcükler: İletişim teknolojileri, küreselleşme, sendika, enformasyon, internet

## COMMUNICATION TECHNOLOGIES AND TRADE UNION

### ABSTRACT

Developing day by day and sharing of information communication technologies has now become an integral part of human life. Today, these innovations are changing the structure of the entire organization without a doubt affected the trade union organizations. Individuals combine their power in the organization of trade unions in the coming years, the emergence of these technologies are likely seen as one of the most important actors. In this context, article, trade unions established themselves in order to acquire these new processes and organization to make it more effective ways in which you can follow is discussed.

Keywords: Communication Technologies, globalization, trade union, information, internet

### GİRİŞ

Günümüzde bilgi artık bir üretim faktörü, bir girdi hatta temel kaynak olarak kullanılmaktadır. Gelişen bilgi iletişim teknolojileri ve yaygınlaşan internet ile bilgi paylaşımı özellikle büyük kentlerde çok yüksek düzeylere ulaşmıştır. Bu yaygınlaşmanın sonucu olarak bilgiye verilen önemin artması ile insan toplulukları yeniden yapılanmış ve bilgi toplumu oluşmuştur. Hatta küreselleşmenin bu kadar hız kazanmasındaki en önemli faktörün bilgi dolaşım hızındaki artış olduğu söylenebilir. Toplumda yaşanan bu değişim şüphesiz emek piyasalarını ve dolayısıyla sendikaları da etkilemiştir. Küreselleşme ile başlayan para dolaşımı ve gitgide daha da sertleşen rekabet ortamı ile meydana gelen çok uluslu firmalar ise maliyetleri düşürmek için emek maliyetlerinin daha düşük olduğu bölgelere yatırım yapmaktadır. Yatırım yapılan bölgelerin ise ortak özellikleri sendikalaşma oranlarının düşük olmasıdır. Sendikasız çalışan işçilerin toplam işgücü içindeki payının yüksek oranlarda olması ise sosyal koruma imkânlarının çok kısıtlı olması, emeğin ucuz ve esnek yapılması ile yoksulluğun yayılmasına neden olmaktadır.

Çalışmamızda sırasıyla, sendikaların oluşum tarihi, bilgi toplumuna geçiş süreci, küreselleşme ile sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş aşamaları anlatılmış ve sendikal hareketin bu durumdan nasıl etkilendiğine değindikten sonra sendikaların küreselleşmenin emek piyasası üzerindeki bu olumsuz etkilerini bertaraf etmek ve çağın gereklerine uygun bir yapılanma gerçekleştirmek için hangi yolları kullanabileceğine dair bir değerlendirme yapılmıştır.

Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü Doktora Öğrencisi, iegokalp@yahoo.com

### 1. SENDİKA OLUŞUMU

Sendikalar, işçilerin çalışma yaşamına ilişkin sorunlarını çözmek, ortak çıkarlarını ve haklarını korumak, geliştirmek için kurdukları, renk, dil ve din gibi ayırım yapmaksızın tüm işçileri kapsayan ve işçinin birliğini etkin bir güce dönüştürme çabasında olan örgütsel yapılanmalardır. 18. yüzyılın ikinci yarısında sendikal hareket, sanayi devriminin oluşumu yani Avrupa'da buhar gücünün makinelere uygulanması ile hız kazanmıştır.

Çağdaş sanayi tekniği 18. yüzyılın ikinci yarısından başlayarak şaşırtıcı bir hızla gelişmiş ve bu gelişme büyük ve derin toplumsal değişmelere yol açmıştır (Talu, 2008: 18). Teknolojik alandaki gelişmeler ile köylüler ve zanaatkarlar geçim darlığına düşerek fabrikalarda çalışmaya başlamış ve geniş bir işçi sınıfı oluşmuştur. Kentlerin nüfusu hızla artmış, insan onuruna uygun olmayan çalışma şartları ortaya çıkmış, ücret düzeyleri düşürülmüş ve sömürü ile adaletsizlik yaratılmıştır.

Çalışanların bu duruma ilk tepkisi makine kırıcılığı olmuştur. İşçilerin yaşadıkları sefalete, ağır çalışma koşullarına ve makine ile özdeşleşen kapitalist düzene karşı isyanları, makineleri kırmak ve parçalamak olarak ortaya çıkmıştır. Adına Ludizm denilen ve makine kırıcılığı anlamına gelen bu ilk işçi hareketi, işçi sınıfının bilincine ve örgütlenme kültürüne katkıda bulunmuştur. Fakat kapitalizme karşı işçi sınıfının bu hareketine hükümetler, makineleri parçalayanlara ölüm cezası vererek eylemlerin önüne geçmişlerdir (Tezkoopis, 2009). Bu eylemlerden sonuç alınamaması üzerine yardımlaşma dernekleri kurulmuştur. Bu dernekler sendika anlamında bir örgütlenme olmayıp, sadece çalışma esnasında çalışamaz duruma gelenlere yardım amaçlı kurulmuş yapılanmalardır. Bunun yanında hastalık, kaza, işsizlik gibi her işçinin her zaman başına gelebilecek zor durumlarda veya ölümü sonrası eşinin ve çocuklarının geçiminin sağlanmasına yardım edilmesi gibi amaçlar bu dernekler tarafın-



dan benimsenmiştir. Zamanla yardım sandıkları çalışanları örgütlenmeye başlamış, işçiler güç kazanmış ve bu deneyim giderek sendikalaşmaya doğru yol almıştır. Sonuç olarak ilk sendikal örgütlenme 1700'lü yılların başında İngiltere'de ortaya çıkmıştır. Bu sendikal örgütlenmelerin çoğu meslek sendikaları olmakla birlikte yasal anlamda ilk sendika 1820 yılında İngiltere'de kurulmuştur (Kurt, 2007:18). İngiltere dışında, ABD'de ve Batı Avrupa ülkelerinde de işçilerin uzun süren mücadeleleri ve grevleri, örgütlenme haklarını elde etmeleri sonucunu doğurmuştur. Sendikal örgütlenmeye karşı koyan devletler ise daha sonra sendikal örgütlenmeyi bir hak olarak tanımak zorunda kalmışlardır (Ersöz, 2006:53).

Sendikaların doğuşu ile işçi sınıfının mücadelesi gelişmeye başlamış, işçiler yaşama ve çalışma koşullarını düzeltmek için isteklerini daha örgütlü olarak, ısrarlı bir şekilde savunmaya çalışmış ve bu gelişim içerisinde sendikalar yirminci yüzyılda etkin örgütler haline gelmiştir. Fakat serbest rekabet döneminin kapanması ve emperyalizm çağının başlaması ile bazı dev şirketler kurulmuş ve tekeller oluşmuştur. Makine teknolojisinin gelişimi ve yeni buluşlar sonucu, ihtiyaç ve teknoloji dışı kalan makinelerin yenilenmesi zorunluluğu, sermaye ihtiyacını ve sermayenin gücünü arttırmıştır. Gerçekleşen bu değişim emeğin sermaye tarafından sömürülmesini sağlamış ve işçi sınıfı üzerindeki sömürüyü de arttırmıştır. Eski tip sömürgecilik yerini emperyalist sömür almış ve gelişmiş kapitalist ülkelerin tekelleri şirketleri geliştirmekte olan veya gelişmemiş ülkelere sermaye yoluyla girerek ülkelerin ekonomilerini kontrol altına almıştır. Bir başka deyişle sermaye, teknolojik gelişmeler ile sömürüye yeni bir boyut katmıştır. İşçilerin gelişen tepkileri ve bilinçlerindeki artış ile sınıf olgusu çeşitli ilerlemeler kaydetmiş ve çeşitli örgütlenme yolları geliştirilmiştir. Yani sendikal hareket dünden bugüne birçok değişime sahne olmuş ve gelişimini devam ettirmiştir.

### 1.1 Türkiye'de Sendikal Gelişim

Türkiye'de sendikal hareketin oluşumu genel anlamda değerlendirildiğinde, Batı'da yaşanan kanlı çatışmaların yer almadığı, bununla birlikte sosyalist düşüncelerin çoğunlukla öncülük ettiği söylenebilir. Türk sendikacılığının tarihi kökenleri Osmanlı İmparatorluğu dönemine kadar uzanmaktadır (Kurt, 2007:93). İşçi örgütleri Osmanlı döneminde mevcut olmasına rağmen ekonomik ve sosyal hayat üzerinde herhangi bir etki yaratamamışlardır. Osmanlı İmparatorluğunun son dönemlerinde Avrupa'daki yeniliklere uyum sağlanamaması ve iş hayatının tezgah ile el işlerine dayanması bunun en önemli nedenleridir. Batıdaki ilerlemelere uyum sağlanamaması sanayinin ilerlemesini engellemekle beraber, sendikacılık hareketlerinin de ortaya çıkmasını geciktirmiştir. Böylesine bir ortamda kurulan "Amelepver Cemiyeti" (1871) ülkemizde ilk sendikal hareket olarak karşımıza çıkmaktadır (Kurt, 2007:93).

20. Yüzyılın başında sanayileşme hareketinin yok denilebilecek düzeyde olması ve yavaş gelişmesi, uzun süre sendikal hareketin cılız kalmasına neden olmuştur. Tarıma dayalı toplum düzeninin ve örgütsüz yapının egemen olduğu Cumhuriyet öncesi dönemde, Ahi Birlikleri, Lonca gibi esnaf örgütlerinin kurulmasıyla örgütlenmeler başlamış, bu örgütler toplumsal düzeni sağlamada önemli roller üstlenmişlerdir. Türkiye'de çalışma hayatına ilişkin ilk yasal düzenleme 1865 yılında kabul edilmiştir. Bu yasa ve takiben kabul edilen mevzuatın amacı Ereğli bölgesindeki kömür madeni çalışanlarını korumak olmuştur (Yorgun, 2005:141).

1885 yılında Osmanlı Amele Cemiyeti ve 1909 yılında ise Osmanlı Terakki Sanayi Cemiyeti kurulmuş fakat bu gelişmeler ile işçilerin grevle kazandıkları haklar, 31 Mart Olayı sonrası Abdülhamit'in tahtan indirilmesi ve sıkıyönetim ilanı ile yürürlüğünü kaybetmiştir. Daha sonra Cumhuriyetin ilanına kadar olan savaş yılları ile Cumhuriyetin ilk yıllarında çok insan kaybedilmesi ve ekonomik açıdan zor bir döneme girilmesi sendikal hareketin durmasına neden olmuştur. Devletçilik politikası ile kalkınma çabaları sonucu yeni fabrikalar açılmış ve sanayileşme gelişmeye başlamıştır. Bu dönemde devletin işvereni koruyucu politikalarına karşı tepki oluşmuş ve sistemin korunması amacıyla 1936 yılında ilk İş Kanunu çıkarılarak tepkiler bu kontrol altına alınmıştır.

İkinci Dünya Savaşı sonrasındaki uluslararası konjonktür ve Türkiye'nin yeni oluşan dünyada kendine bir yer bulma çabaları; içsel dinamiklerle birleşerek, siyasi ve iktisadi alanda olduğu gibi çalışma ilişkileri alanında da önemli değişimler getirecektir. Bu değişimlerin en temel halkası, çok partili siyasal yaşama geçilmiş olmasıdır (Makal, 2003:6). Türkiye'de 1946 yılında çok partili hayata geçiş ile sendikal alanda yeni bir sayfa açılmış ve 1947 yılında ilk sendikalar kanunu kabul edilmiştir. Bu dönemde birçok işçi sendikası ve derneği kurulmuştur. 1960 yılındaki askeri darbe ve yürürlüğe konulan 1961 Anayasası Türk Sendikacılığının dönüm noktası olmuştur. 1963 yılında 274 sayılı Sendikalar Kanunu ve 275 sayılı Toplu İş Sözleşmesi Grev ve Lokavt Kanunu ile işçilere ekonomik ve sosyal hakların yanında, toplu görüşme ve grev hakkı da verilmiştir. 1960-1980 yılları arasında ülkemizde işçilerin sayısal büyüklüğü ve işgücü içindeki oranı büyük ölçüde artmıştır. Bu artış sonucu kurulan birçok sendikaya rağmen 1975-1980 yıllarında patlak veren sağ-sol çatışması sendikalara da sıçramış ve çeşitli bölünmeler ortaya çıkmıştır.

1980 askeri darbesi sonucu çıkarılan 1982 Anayasası ve 2821 sayılı Sendikalar Kanunu ile sendikal hareket daraltılmıştır. Dünyada meydana gelen değişimin ekonomik küreselleşme, ulus devletinin etki alanını daraltma, uluslararası ilişkileri ve standartları sermaye lehine artırma yönünde gelişmesi, başta sendikalar olmak üzere piyasaya müdahale eden kural ve kurumların gücünün kırılmasına neden olmakta ve bu yüzyılda sendikaların varlıklarını tartışılır kılmaktadır. Genel olarak ekonomik koşullar ve izlenen ekonomi politikaları, teknolojik değişimlere bağlı yeni üretim ve çalışma biçimleri, uluslararası rekabetin yoğunlaşması, devletle işverenlerin sendikalara ve endüstri ilişkilerine yaklaşım tarzı, sendikacılık ve toplu pazarlığı etkileyen başlıca faktörler arasında yer almakta ve sendikalar bu süreçten olumsuz etkilenmektedir. Dünyadaki gelişmelere paralel olmasa da, 1980 sonrasında Türkiye'de ortaya çıkan ekonomik, teknolojik, sosyal, siyasi ve hukuki değişikliklerin sendikaları etkilediği bir gerçektir (Yorgun, 2005:139).

## 2. ENFORMASYON DEVRİMİ

Enformasyon devrimini tanımlamak Dünya uygarlığının yeni bir aşamaya geçişini anlamaktır. El değirmeni feodal toplumu, buharlı makine sanayici kapitalist toplumu nasıl yarattıysa mikro işlemciler ve bilgisayarlar da enformasyon toplumunu yaratmıştır. Enformasyon devrimi toplumsal alanın her bölümünde, ekonomide, siyasette ve düşünme tarzında kendi kavramlarını oluşturmaktadır. Ayrıca Enformasyon Devrimi, bilim devriminin hemen ardından ortaya çıkmıştır. Bunda bilgiye artan iştahın yanında, bilginin insanlığı geliştireceğine olan güçlü inanç da etkin olmuştur (Headrick, 2002).

Enformasyon devrimine göre yeni toplumun yaşamsal kaynağı tekno-bilimsel bilgidir. İlk olarak bilgi, bir üretim faktörü olarak ekonomik yapıyı tümüyle dönüştürmüştür. Bilginin sezgilere dayalı olmaktan çıkıp nesnel bir varlık haline gelmesiyle alınıp-satılabilen bir ürün olabileceği ve hammadde, emek, sermaye ve girişim gibi üretim faktörleri arasında yer alabileceği (Özdemir, 2009:36) görüşü ortaya çıkmıştır.

Kısaca, 1765 yılında buhar gücünün keşfedilmesiyle ortaya çıkan sanayi toplumu gelişen teknolojiler ve bilgi paylaşımı doğrultusunda şekillenerek bilgi toplumuna evrilmektedir. Bu defa buhar gücünün yerine bilginin gücü ön plana çıkmış ve teknolojinin tabanını oluşturmuştur. Bu bağlamda aralarındaki farkların daha iyi anlaşılabilmesi için sanayi toplumu ve bilgi toplumunun karşılaştırmalı analizi Tablo:1 de verilmiştir.

**Tablo-1: Sanayi ve Bilgi Topluları Ekonomilerinin Karşılaştırmalı Analizi**

DİNAMİKLE R	Sanayi Toplumu	Bilgi Toplumu
Üretim Unsurları	Toprak, emek, sermaye	Ozellikle bilgi (veri, imaj, kültür, ideoloji, değer)
Varlıklar	Maddi varlıklara dayalı	Maddi olmayan varlıklara dayalı
Üretim ve Ürün Yapısı	Seri üretim, kitle üretimi	Esnek teknoloji, ürün esnekliği sonucunda bireyselleşme
Emek Yapısı	Fiziksel (kol gücü) emeği ile tekrarlanan, mekanik emek, tam zamanlı çalışma, fabrikada çalışma	Bilgi işçiliği ile yaratıcı emek, yarı zamanlı çalışma, evden çalışma
Yenilik	Seyrek	Sürekli
Ölçek	Büyük ölçek (Ölçek ekonomisi)	Küçük ölçek, uygun ölçek
Organizasyon	Dikey, bürokratik, sert, uzun vadeli	Değişim mühendisliği: faaliyet bazlı, ağ örgütler, esnek, anti bürokratik
Altyapı	Önem nakliyyede. Otobanlar, yollar,	Önem iletişimde. Ağlara dayalı elektronik

**Kaynak: İ.Melih Baş, “Dalgalarla Gelen Gelecek Kurgu-bilimci Guru: Alvin Toffler”,AD Business Notebook, Mart 1998,s.28**

### 2.1.1 Bilgi Çağı ve Değişen Toplum

Çağdaş uygarlığın ulaştığı bilgi düzeyini tanımlamada tam bir görüş birliğine henüz varılmış değilse de, son 20 yıl içerisinde bilim ve teknolojiye baş döndürücü gelişmelerin meydana getirdiği bilgi patlaması ve bilgi teknolojilerinin toplumsal ve ekonomik gelişmeye sundukları olanaklar dikkate alındığında, Toffler'in “üçüncü dalga” olarak betimlediği aşamanın “bilgi çağı”, bu dönemin öngördüğü toplumun da “bilgi toplumu” olarak adlandırılması uygun görülmektedir (Özden, 2002:15). Sanayi toplumunun teknolojileri ile gerçekleştirilen maddi üretim yerine bilgi toplumunda, bilgisayarlara ve bilişim teknolojilerine dayalı bir üretime geçilmektedir. Bilginin kullanımı arttıkça üretim yapısı da değişmekte, bilgi, işgücü ve sermayeden de

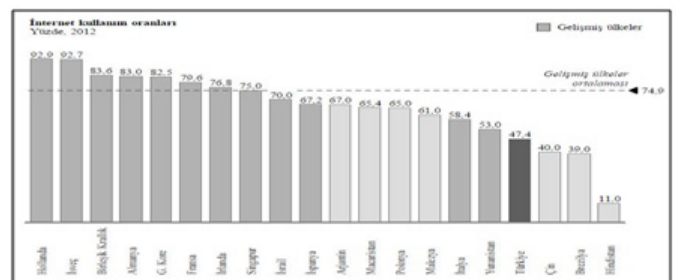
önemli bir faktör olarak üretime girmektedir. Nasıl buharlı makine kapitalist toplumu yarattıysa, bilgisayar da bilgi toplumunu yaratmıştır (Özdemir, 2009:192).

80’li yıllardan itibaren yaşanan teknolojik gelişmeler ile bilgi saklanabilen, istenildiğinde ulaşılabilen bir forma ulaşmış, bilgi ağları oluşmaya ve çeşitli ülkelerde yayılmaya başlamıştır. Teknolojik gelişmenin etkileri ülkeden ülkeye değişmekle birlikte, bunun etkinliği artarak devam etmektedir. Bu sebeple toplumlar, bilgi birikimlerini artırarak gelişmelerini tamamlamak, bilgiye erişmek, erişilmiş bilgileri kullanmak, yaymak ve bunlardan teknoloji üretmek amacıyla yoğun bir rekabete girmişlerdir. Son yıllarda meydana gelen bilgi patlaması ile birlikte iletişim teknolojisinde meydana gelen gelişmeler bilgi toplumunun oluşturulmasında en önemli etken olmuştur. Teknolojik gelişmenin bir ürünü olarak evlere kadar uzanan bilgi ağları, bilgi çağının özelliği olarak algılanmaktadır. Bu bilgiler, bilgi otobanları denen hızlı bilgi ulaşım ağları vasıtasıyla yapılmaktadır ve bilginin değeri artık tüm diğer ekonomik araçların önüne geçmiştir (Yücel, 1997:25).

Ekonomik açıdan geleneksel ulaşım ağı kadar, belki de ondan da önemli hale gelen “bilgi ana yolları”, hızla dünyanın her noktasını birbirine bağlamaktadır. Bilgi teknolojisi ve iletişim, giderek artan bir oranda bir araya gelmekte; bir arada toplanma süreci, bilgi toplumunun yapılandırıcısı olmaktadır (Benli, 2004:222).

Dünya Ekonomi Forumu tarafından 2001 yılından bu yana hazırlanan “Küresel Bilgi Teknolojisi” raporlarında, ülkelerin bilgi toplumuna geçişteki hazırlıkları ve bu konudaki çeşitli göstergeleri dikkate alarak bir takım sıralamalar yapılmaktadır(Kalkınma Bakanlığı Bilgi Toplumu Dairesi Başkanlığı, 2013). Dünya Ekonomik Forumunun 2012 yılı Küresel Bilgi Teknolojisi Raporu’na göre Türkiye, 142 ülke arasında okullarda internet erişiminde 62. sıra, temel hizmetlere erişimde bilgi teknolojisinin etkisinde 41. Sıra, inovasyon kapasitesinde 71. Sıra, mobil internet aboneliklerinde 53. sıra, evden internete erişimde ise 51. Sırada bulunmaktadır. Ayrıca Türkiye’nin Bilgi iletişim teknolojilerine stratejik yatırımlar yaptığı ve bu yatırımların devlet gelirlerini arttırdığı ve daha istikrarlı bir ekonomi oluşumunda etkili olduğu belirtilmektedir (The Global Information Technology Report, 2012:85). TÜİK 2012 Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması’na göre ise, ülkemizde internete erişim imkanı olan hane oranı bir önceki yıla göre yaklaşık %10 artarak %47,2 oranına ulaşmıştır (TÜİK, 2013). Avrupa genelinde bu oran bir önceki yıla göre yaklaşık %10,9 artarak %73 seviyelerine ulaşmıştır (http://epp.eurostat.ec.europa.eu, 2013). Ayrıca ülkemizde 16-74 yaş aralığındaki bireylerde internet kullanım oranı %47,2’dir. Bu oran diğer ülkelerle karşılaştırılmak istenildiğinde Tablo:2 elde edilmiştir.

**Şekil 1: Ülkeler ve İnternet Kullanım Oranları**



Veriler ve tablolar incelendiğinde ülkemizin, gelişmiş ülkeler ve Avrupa Birliği ülkelerine göre bilgi iletişim teknolojileri kullanımında daha kısıtlı imkânlarla sahip olduğu görülmektedir. Bununla birlikte bilgi iletişim teknolojilerinin kullanımının ülkemizde artış gösterdiği ve enformasyon devriminin etkisi ile bilgi toplumu olma yolunda ilerleme görüldüğü söylenilebilir.

### 3.1 KÜRESELLEŞME VE SENDİKA

Küreselleşme olgusunun dünyadaki siyasal, sosyal, ekonomik vb. çeşitli etkileri toplumsal hayatımızda kendisini her geçen gün biraz daha fazla hissettirmektedir. Bu bölümde küreselleşmenin oluşumu ve sendikal harekete etkileri değerlendirilmeye çalışılacaktır.

#### 3.1 Küreselleşmenin Doğuşu

Çok geniş bir anlama sahip olan küreselleşmeyi tanımlamak için en kapsamlı açıklamalar bile yetersiz kalmaktadır. Küreselleşme yirminci yüzyılın ilk çeyreğinden itibaren günümüze kadar aktualitesini koruyan ve kimsenin tam olarak açıklama getiremediği bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Kurt, 2007:93).

Globalleşmenin Türkçe karşılığı olarak kullanılan "Küreselleşme", ekonomik içerikli bir kavram olarak ortaya çıkmıştır. Son yıllarda dünya ölçeğinde ortaya çıkan ilişkiler ve yeni yaşam biçimleri küreselleşmenin anlamı konusunda bize bazı fikirler vermektedir (Balay, 2004:62).

Kavram olarak "küresel" sözcüğünün kökeni 430 yıl öncesine dayanmaktadır. İtalyan iktisatçı Geminiano Montanari daha 1680 yılında Dünya ticaretinin gelişmesini ifade etmek için küreselleşme kavramından yararlanmıştır (Ersöz, 2006:6). İlk küresel bütünleşme hareketinin ise 1870 ile 1914 arasında gerçekleştiği söylenebilir. Deniz vasıtalarında buhar gücünün kullanılmasıyla ulaşım giderlerinin azalması, İngiliz-Fransız anlaşmasının başı çektiği gümrük tarifelerindeki indirimler bu oluşumun temelini oluşturmuş, hammadde ile mamul sanayi ürünlerinin ticareti yoğunlaşmıştır (Ar, 2007:23). 1960'lı yıllardan beri hızla gelişen iletişim teknolojileri ile kullanımı artan küreselleşme kavramı 1990'lı yıllarda daha belirgin olarak ortaya çıkmış ve teknolojiadaki gelişmelerin hızlanması, bilgi ekonomisinin daha çok öne çıkması, dünyada yaşanan neo-liberal politikaların yükselişi, çok uluslu sermayenin küresel bir pazarda gelişmesi gibi etkenler ile çok daha etkili olmuştur (Ersöz, 2006:194).

İletişim teknolojilerinin gelişmesi kişilerin zamanla kendi ülkelerinin dışında çalışmalar yapmasında etkili olmuştur. Farklı ülkelerden farklı insanları bir araya getiren bu teknoloji düşünce ve tecrübe paylaşımı ile yeni mamüller, çeşitli farklı hizmetler ve birçok farklı üretim biçimleri ortaya çıkarmıştır. Bu düşünce gelişimi ile insanlar kendi bölgesel düşüncelerini küresel düşünceler ile değiştirmek zorunda kalmış ve böylece küreselleşme aradaki mesafeleri kaldırarak dünya genelinde sınırsız mal, hizmet ve sermaye dolaşımını sağlamıştır. Böylece insanların sınırları genişlemiş ve dünya eskisinden daha da küçük bir hal alması ile daha da ölçek büyüten küresel firmalar ortaya çıkmış ve rekabet daha da zorlu bir hal almıştır. Ücretlerin önemli bir maliyet kalemi olduğu bu yeni düzende bu firmalar ise daha ucuz, örgütlenmemiş ve ucuz emeğin olduğu bölgelerde üretim yapmayı tercih etmeye başlamışlardır.

#### 3.2 Küreselleşmenin Sendika Üzerindeki Etkisi

1970'li yıllarda hızlanarak güç kazanan küreselleşme olgusu, çalışma hayatının çeşitli alanlarını doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemiştir. Bu süreç içinde, toplu iş ilişkileri yönlendirilerek, biçimlendiren kurulu endüstri ilişkileri sistemleri de tartışılmaya başlanmıştır. Bu tartışmalar ise, önce işçi ve daha sonra da işveren sendikalarının sistem içindeki yerleri ile işlevlerine yönelik yeni yaklaşımları ve yapılanmaları gündeme taşımıştır. Bu yöndeki gelişmeler, artık gelenekselleşmiş olan işçi ve işveren sendikacılığı anlayışını yeni bir yörüngeye çekerek, endüstri ilişkileri sistemlerinde alternatif modelleri de beraberinde getirmiştir (Kocabaş, 2003:41).

Küreselleşmeyle başlayan uluslararası ekonomik hareket, para akışı ve bunlara bağlı olarak artan rekabet, ulusal piyasaları saha dışına iterek bireyselliği ön plana çıkarmakta ve bunun sonunda sendikaların gücünü hafifletmekte ve dayandığı kökleri zayıflatmaktadır. Sendikaları mücadele edip hayatlarına devam edebilmeleri için gereken toplumsal koşullar dışarıdan oluşmuş olumsuz dış etkenlere karşı zayıflatmakta, bunun yanı sıra kişisel düzeyde oluşan farklılıklar sendikal gücün dayandığı temelleri zayıflatmaktadır(Kurt, 2007:53).

Küreselleşme ile birlikte ortaya çıkan çok uluslu ve güçlü şirketler, minimum maliyet ile verimliliğe önem vermekte ve bunu sağlamak için çok farklı yöntemlere başvurumaktadırlar. Gelişmekte olan ülkeler ise kalkınabilmek için bu çok uluslu firmaları ülkelerine çekmeye çalışmaktadırlar.

Genellikle uluslararası sermayeyi ülkelerine çekmek amacıyla olan ülkeler, sendikal hakların sınırlanması, ücretlerin azaltılması, çalışma şartları konusunda şirketlere daha çok müsamaha gösterilmesi gibi davranışlarla dış yatırım için cazip bir konum elde etmeye çalışmaktadırlar. Sosyal damping niteliği taşıyan bu uygulamalar bazı şirketlerin az gelişmiş ülkelerde yatırım yapmasında etkili olabilmektedir (Sarigersil, 2004:153-154).

Mesela, tam bir küresel şirket olarak kabul edilen Nike firması, ABD'deki merkezinde yalnızca model tasarım çalışması ve stratejik maliyet, karlılık hesapları ile küresel platformda pazarlamanın koordinasyonunu yürütmektedir. Minimum üretim maliyetine önem vermekle, ücretlerde yükselme olursa düşük ücretli başka ülkelere geçmektedir (Kurt, 2007:53). Bu ve buna benzer birçok şirket sermaye hareketleri ile yer değiştirmekte ve daha ucuz ve uysal emek sağlayabileceği bölgelere geçmektedir. Bu durum ise sendikaların güçlerinin azalmasına neden olmaktadır.

Özellikle örgüt düzeyi açısından durumun ne olduğu küreselleşme açısından önem taşımakta ve sendikalaşmanın güç kaybettiği görülmektedir. İngiltere ve Fransa gibi sendikalaşma düzeyi iyi olan ülkelerin sendikalaşmasında düşüş görülmektedir. Dünya ekonomisi bütünleşirken, işsizlik artmış, çalışma saatleri esnekleştirilmiş, maliyetin düşürülmesi için ücretler azaltılmış ve işçiler örgütsüzleştirilmiştir (Kurt, 2007:41).

Tablo 2- Sendikalaşma oranları

Ulke	Sendikalaşma Oranları (%)*		
	1980	2000	2010
Türkiye	49	13	5
ABD	22	15	13
Almanya	36	31	26
İngiltere	50	33	29
İtalya	49	39	35
Japonya	31	24	22
Kanada	36	37	30
Yunanistan	44	32	30

**Kaynak:** Bilişim ve İletişim Teknolojileri Derneği, [www.bitder.org](http://www.bitder.org)

Tablo:5 de görüleceği üzere sendikalaşma oranları 1980'den günümüze önemli miktarlarda azalma göstermektedir. Bu da sendikaların tüm dünyada ciddi bir gerileme içinde olduğunu bize anlatır. Birçok ülkede sendikalar hızla üye kaybetmekte, sendikalaşma oranları düşmekte ve üye kaybı ile sendikaların toplumsal etkileri her geçen gün daha da azaltılmaktadır.

Sosyal hakların geliştirilmesinde büyük paya sahip olan sendikaların etkisizleştirilmesi sonucu, hem gelir dağılımının bozulmakta hem de yoksullaşma oranlarında artış karşımıza çıkmaktadır. Sendikaların haklarının kısıtlanmasıyla ücretler düşürülmüş, emek ucuzlanmış ve esnekleştirilmiştir. Yani işsizliğin arttığı, farklı ücret seviyelerinin olduğu, sosyal güvenliğe ayrılan paraların azaldığı ve bu doğrultuda sendikasılaştırmanın gerçekleştirildiği yerde yoksulluk da artmaktadır.

Sendikaların küreselleşmenin yarattığı sorunlara ve tehditlere karşı koyabilmesi için geçmişteki yapılarını örnek alamayacaklarının ve sadece kendi başlarına değil değişik sivil toplum örgütleri ile ortak hareket etmeleri gerektiğinin altı çizilmektedir (Çelik, 2005:66). Sendikalar, küreselleşen sermaye ile baş etmek, direnmek ve bu duruma karşı var olan tek toplumsal güç olarak kendilerini bu görevin gerektirdiği ölçüde geliştirmek ve bu doğrultuda fordist üretime dayanan köklü sendikal paradigmalarında reform yapmak zorundadırlar. Artık bir tek ülkede belirli bir topluluğun sendikası olmak küreselleşmeye karşı koyamayacaktır. Yerel ve global ölçekte politikalar üretilmeli ve diğer sendikalar ile dayanışma içinde olunmalıdır. Ancak bu şekilde küresel üretim şartları altında çok uluslu firmaların bilgisine sahip olabilmek yetisi kazanılabilecek ve örgütlenme ile sisteme karşı doğru faaliyetler yürütülebilecektir. İşte tam da bu noktada yeni iletişim teknolojileri sendikaların anlatılan gereksinimlere kavuşmasını sağlayabilecek yegane araçlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

#### 4. YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE SENDİKA

Teknolojinin gelişmesi ve sendikal hareket arasındaki ilişki 19. yüzyıla kadar uzanmaktadır. Sanayi devrimi ile teknolojinin iş hayatında kullanılmaya başlanması iş gücünü dışlamış ve sendikaların bakış açısının olumsuz oluşmasına neden olmuştur. Sendikalar teknolojiye şiddetli bir şekilde karşı çıkmış ve mak-

ine düşmanı düşünceler geliştirmişlerdir.

Sanayi Devrimi'nden başlayarak sürekli gelişme eğiliminde olan teknoloji, çalışma hayatındaki büyük değişikliklerin ana sebebi olmuştur. Sanayileşmeye paralel olarak gelişen otomasyon teknolojisi kitlesel üretimi olanaklı kılarken, bir yandan da ortaya çıkardığı işgücü tipi ve üretim süreciyle sendikal gücün azalmasına yardımcı olmuştur (Ersöz, 2006:70).

Zaman içerisinde enformasyon devrimi ile bilgi toplumunun oluşumu sendikaların teknolojiye karşı olan tavırlarının değişmesine neden olmuştur. 1980'li yıllardan itibaren sendikalar teknolojiye karşı daha sıcak bir yaklaşım benimsemeye başlamıştır. Özellikle yeni iletişim teknolojilerinin kapitalizm tarafından ucuz ve hızlı bir kaynak olarak kullanılmaya başlanması bu süreçte etkili olmuştur.

#### 4.1 Yaygınlaşan İnternet ve Sendika

İnternet son yıllarda süratli bir biçimde evrensel iletişimi beraberinde getirerek insan hayatının pek çok alanına ve bilinç sistemine girmiştir. İnternetin insan hayatına girmesi pek çok diğer iletişim araçlarına kıyasla daha hızlı olmuştur. Örneğin, radyonun 50 milyon dinleyiciye ulaşması 38 yıl, televizyonun ise 13 yıl almışken internet kullanımının yaygınlaşması için ise yalnızca 5 yıl yetmiştir (Ersöz, 2006:33).

İnternetin dünyayı ne kadar değiştirdiğine dair artık bir kuşku yoktur. Küresel bilgisayar iletişim ağının ortaya çıkışının, matbaanın icat edilmesi ile karşılaştırılacak kadar derin ve yaygın bir olay olduğu herkesçe kabul edilmektedir. İnternet, yaşadığımız dünyada kitaplardan hisse senedine kadar eşyaları nasıl aldığımızı ve nasıl sattığımızı, nasıl öğrendiğimizi ve nasıl öğrettiğimizi, nasıl eğlendiğimizi ve bilgilendiğimizi vb. çok şeyi değiştirmiştir. İnterneti kullanan herkes bunu bilmektedir. Yaşanan bu değişim, çok farkında olmasalar da, sendikaları da içine almaktadır. Her ne kadar, bilinçli ve şuurlu bir şekilde sendikaların isteği ile gerçekleşmiyor olsa da, yeni iletişim teknolojilerinin, birçok kurumun yanında sendikaları da etkilediği bir gerçektir. Tıpkı, nasıl ki 19. yüzyılda telgraf keşfedilip yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmış ve dünya ekonomisi, kültürü ve hatta daha az ölçüde olsa bile ortaya çıkan sendikalar üzerinde önemli bir etkiye sahip olmuşsa, günümüzde de sendikaların kendilerini yeni teknolojilerden ve internet kullanımından soyutlayamadığı görülmektedir (Benli, 2004:224).

Sendikal hareketin internetle tanışmaları 1980'li yıllara dayanmasına rağmen genel anlamda birçok sendika teknolojiye karşı mesafeli olmuş ve uzun bir süre web siteleri kurulmamıştır. İlk internet web sayfasına sahip olan işçi kuruluşu 1994 yılında Uluslararası Eğitim İşçileri Birlikleri Federasyonu (IFWEA) olmuştur (Gündoğan, 2002:123). Sendikaların internetten ve bilişim teknolojileri ile geç tanışmasının nedeni bunun bir sermaye aracı olduğu şeklindeki yaklaşımdan kaynaklanmıştır. Fakat sendikaların yeni oluşan piyasalara ve firmalara karşı etkili olabilmesi ancak ve ancak yeni iletişim teknolojilerini ve özellikle de interneti kullanmaları ile mümkün olacaktır.

Küreselleşme ile sendikaların internet ve diğer iletişim teknolojileri ile tanışmaları, sendikaların yeni bir biçim alması sonucunu doğurmakta ve geleneksel sendika modeli yerine yeni sendikal model arayışlarını gündeme getirmektedir.

#### 4.2 Değişen Sendikal Yapı

İnternete ve yeni iletişim teknolojilerine dayalı sendikacılık anlayışı geleneksel sendika anlayışından farklı olarak aynı zam-

**Tablo-3: İnternet alanında sendikaların dönüşümü**

<b>Dönüşüm</b>	<b>İnternet öncesi sendikaların eylemleri</b>	<b>İnternet sonrası ilave eylemler</b>
<b>Önde gelen iş</b>	Toplu pazarlık	Bireysel temsilcilik ve danışma
<b>Dağıtım Hizmetleri</b>	İşyerleri, temsilciler ve liderler tarafından işverenlerle yürütülen toplu pazarlık sonuçlarına bel bağlamak	İşçilere doğrudan dijital olarak sağlanan hizmetler
<b>İtiraz yönetimi</b>	Grevler	Web iletişimi ile siber grev gözcülüğü
---	<b>İnternet öncesi üyelik</b>	<b>İnternet sonrası üyelik</b>
<b>Yerel</b>	İşveren kabulü ile işyeri üyeliği	Farklılaştırılmış üyelik: Üyeler, abonelikler, web sitesi ziyaretçileri işyerlerinde sanal olarak bulunma
<b>Problemlere serbestçe öneri getirebilme</b>	Toplu pazarlık alanlarında serbest görüşün teşviki	Sadece üyelere özgü müşteriye uyarı
<b>Sendika içi demokrasi</b>	Seçilmiş liderler ve bürokrasi	Hizmetler yerinden yönetim ağırlıklı, internette oylanarak seçilmiş bağımsız olarak çalışan eylemciler.

hip bir sendikadır. Bilgisayarlı iletişime geçmeden önce, sendika merkezi ile şubeleri arasındaki iletişim faks makineleri yardımı ile gerçekleştiriliyor, bilgiler ayrıca şehrin ilan boardlarına da asılıyordu. Her bir şubeye faks makinesinin verilmesi, üyelere hızlı ve doğru bilgi aktarma aracı olarak düşünülmüştü. Ancak bu uygulamadan vazgeçilerek, gerekli dokümanları oluşturmak, üye listelerini tutmak ve güncelleştirmek, hesapları düzenlemek, birbirimizle ve diğer sendikalarla iletişim kurabilmek, şubelerin internete ulaşacağı bir ağ işlemcisi geliştirmek için fon tahsis edilmesine karar verilmiştir. Böylece, 1992 görüşmeleri süresince şubelerin bir kısmı ağa bağlanmıştır. Bundan dolayı bilgi üyelere hızlı, verimli ve doğru olarak iletilmiştir. Bu durumdan işveren de yararlanmış. Doğal olarak toplu görüşmelerin süreci daha da etkili olmuştur. Bilgisayar teknolojisine dahil olmadan önce, biz şube başkanlarının bilgisayar kullanmaya ait tecrübeleri yoktu. İletişim ağını geliştirmek isteyen sendika, bize bilgisayarın nasıl kullanılabileceğine dair pratik tecrübenin yanında eğitim de verdi. Bilgisayarı kullanarak üyelerimizi herhangi bir gelişme konusunda daha etkili bir şekilde bilgilendirebileceğimizi keşfettik. Böylece, şubeler daha güçlü ve aktif hale geldi.”(Benli, 2004:225) Örnekte anlatıldığı gibi bilgisayar kullanımı ve internet erişimi sendikal faaliyetlerde her geçen gün daha da vazgeçilmez bir araç haline gelmektedir. Bilgi dolaşımının ve erişiminin hızlanması ve kolay bir hal alması sendikal faaliyetlerin etkinliği noktasında çok önemli bir gerekliliktir. Diğer taraftan bilgisayar ve internet teknolojisi gün geçtikte ucuzlamakta ve yeni merkezler ile şubeler yeni bilgisayarlar için daha az mali kaynak ihtiyacı hissetmektedir. Bu koşullar altında anlayış değişikliği ile değişimin daha da hızlanmasının sendikaların yararına olacağı düşünülmektedir.

**Tablo 4: Gelişmiş ülkelerde sendikalaşma oranları, toplam internet kullanıcısı ve internet kullanan sendikalı sayıları**

Ülke	Sendikalaşma Oranı (%)	İnternet Kullanıcısı (000)	İnternet Kullanan Sendikalı Sayısı (000)
İsveç	77.2	3,950	3,049
Danimarka	68.2	1,900	1,295
Fineandiya	59.7	2,150	1,283
Norveç	51.7	2,200	1,137
Kanada	31.0	13,280	4,116
Almanya	29.6	15,900	4,706
Avustralya	28.6	7,000	2,002
İngiltere	26.2	19,360	5,072
Yeni Zelanda	23.2	1,270	294
Japonya	18.6	27,060	5,033
ABD	12.7	134,200	17,043
Fransa	6.1	9,000	549

**Kaynak: Naci GÜNDOĞAN, İnternet ve sendikal hareket, Amme İdaresi Dergisi, Aralık 2002, s.124**

Tablo:5'e bakıldığında, sendikalaşma oranlarıyla internet kullanan sendika üyesi sayıları arasında, ABD dışında, bir korelasyon göze çarpmaktadır. İsveç, ABD ve Avustralya gibi ülkeler, sendika üyelerinin kişisel bilgisayar (PC) kullanımını teşvik etmekte ve internete erişimleri konusunda onlara finansal destek

### Kaynak: A. Benli, Sendikalar, Bilgi Teknolojileri ve İnternet

Sendikaların üye sayısında olduğu gibi üye yapısında da son yirmi yılda hızlı bir değişim yaşanmaktadır. Mavi yakalı erkek işçilere dayalı sendikal örgütlerde, beyaz ve pembe yakalı işçi sayısında meydana gelen artış nedeniyle yeni ve potansiyel üye tabanı değişmektedir. Bu gelişmeye bağlı olarak sendikalar da yeni üye tabanına hitap edebilmek için faaliyetlerini çeşitlendirmek istemektedir; ancak bu istekler sendikal yapılara ve politikalara henüz somut olarak yansıtılamamaktadır. Bu nedenle sendikaların üye sayısında artıştan çok azalma yaşanmakta ve net etki azalma yönünde olmaktadır (Yorgun, 2005:148). Bu etkinin pozitif yönde değiştirilmesi için sendikaların yapısını yirmi birinci yüzyıla uygun politika ve programlara uygulanması gerekmektedir.

#### 4.2.1 Bilgisayar Kullanımı

İnternet ve bilgisayar, modern bilgi teknolojisi devriminin öncü kollarındandır. Bir bilgisayar ağı olan “internet”, bir PC ve bir modem ile coğrafi engeller olmaksızın izne bağlı olarak diğer bütün bilgisayarlar ile bağlantı kurabilmektedir (Benli, 2004:222).

Sermaye sahipleri bir iletişim aracı olarak bilgisayarlardan nasıl faydalananlar ise, sendikal hareketin de bu iletişim olanağını dikkate alması zorunlu hale gelmiştir. Aşağıda, bir sendikacı gözünden, sendikal hareketin bilgisayarı iletişim aracı olarak nasıl kullandığına dair ilginç bir örnek yer almaktadır. “UNA (United Nurses of Alberta–Birleşik Alberta Hemşireleri), Kanada’da faaliyet gösteren, 1992 yılı toplu pazarlık görüşmeleri süresince 13.000 üyeyi temsil eden, 125 şubeye sa-

sağlamaktadırlar (Gündoğan, 2002:124). Ülkemizde ise sendikaların bilgisayar kullanımını daha da arttırmaları ve bu yolla üyelerin bilgisayar korkusunun giderilerek küresel düşünme ve taşralılığın giderilmesinin öğretilmesine yardımcı olmaları gerekmektedir.

#### 4.2.2 Veri Tabanı Oluşumu

Veri tabanı, temel olarak; birbiriyle ilişkili ve hiyerarşik yapıları verilerin izlenmesi, seçilmesi, değiştirilmesi, ekleme ve silme işlemleri gibi pek çok farklı amaçlarda kullanılmasına yardımcı olan bir depolama sistemi olarak tarif edilebilir. Günümüzde veri tabanlarını her yerde görmek mümkündür. Özellikle büyük organizasyonlar ve devlet kurumları çok geniş veri tabanlarına sahiptirler.

Sendikaların veri tabanlarından birçok alanda yararlanabilmeleri mümkündür. İşçi sınıfının potansiyel gücü mücadele ettiği güçlere karşı sayısal üstünlüğünden kaynaklanmaktadır. Ancak bu sayısal üstünlüğün siyasal güce dönüştürülebilmesi sürecindeki en önemli engellerden biri büyük sayılardaki işçi sınıfının birlikte hareket etme, karar alma, uygulama noktasında karşılaşılan zorluklardır. Bu zorlukları aşabilmenin bir yolu da gittikçe karmaşıklaşan üye sayılarının ve profillerini düzgün işleyen veri tabanları sayesinde saklanmasıdır. İşçilerin e-posta adreslerine ilişkin veri tabanı oluşturma ve üyelere hızlı bir şekilde ulaşabilme, firmalarla önceki yıllarda yapılan toplu sözleşmeleri kaydetme ve bu doğrultuda politika belirleme veri tabanı oluşturmanın faydalarından bazılarıdır. Yine işçilerin ücret ve sözleşmelerle ilgili verilerin saklandığı veritabanları sendikalara büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Böyle bir işlevin, modern bilgi sistemi olmadan yürütülmesi olanaksızdır (Şenkal, 2003:37).

Sendika içinde yeni iletişim teknolojileri, bilgi yönetimini de mümkün kılmaktadır. Bilgi yönetimi, teknolojinin mücadelesi yaklaşımına göre, bilginin işlenmesi ve erişilmesi ile ilgilenen kütüphanecilik, belge yönetimi, dokümantasyon ve enformasyon gibi disiplinlerin vardığı son noktadır. Bilgi yönetimi, bilgiyi kişiye bağlı olmaktan çıkaracak ve bilgisayara bağlı kılacak bir uygulama olarak görülmektedir (Özdemir, 2009:80). Sendikalar bu gelişmeler doğrultusunda kendilerinin belirleyeceği özellikteki veritabanları oluşturmalı ve bu veri tabanlarını dünya genelinde diğer sendikalar ile paylaşmalıdır. Ayrıca diğer sendikaların veri tabanlarından faydalanmalı verileri işlemeli, analiz etmeli ve yeni politikalar oluşturmada kullanılmalıdır.

## 5. YENİ TEKNOLOJİNİN SENDİKALARA ETKİLERİ

Önceleri buhar gücünün gerçekleştirdiği devrimi artık bir anlamda yeni iletişim teknolojileri gerçekleştirmiştir. Aralarındaki fark ise yeni teknolojilerin çok hızlı yayılması ve hayatın her alanında birçok yenilik getirmesidir. Gelişen iletişim teknolojileri insanların hayatlarını değiştirdiği gibi örgüt yapılanmalarında da çeşitli farklılıklar meydana getirmiştir. Üretimde bilginin önemli bir girdi olarak kullanılmasıyla bilgi birikimi ve tecrübenin paylaşımı gün geçtikçe daha da önem kazanmaktadır.

Son yıllarda sendikalar ile yeni iletişim teknolojileri arasındaki ilişki araştırmalara konu olmakta, iletişim teknolojilerinin sendikalar üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri değerlendirilmektedir. Sendikaların teknoloji karşıtı tavırlarında değişimin yaşandığı, hatta yeni üretim ve yönetim anlayışına göre yapılanan piyasalara ancak teknolojik donanımı sağlayarak

karşı koyabilecekleri iddia edilmiştir. (Şenkal, 2003:33). Ancak yeni imkânlardan yararlanabilmek için gerekli bilgi ve teknolojik yeterliliğe sahip olmak gerekmektedir. Yeni teknolojilerin olumsuz etkileri üzerinde yoğunlaşan sendikacıların büyük çoğunluğunun bu teknolojilerin sunabileceği fırsatların önemli kısmından yeterince haberdar olduklarını söylemek mümkün değildir (Yorgun, 2005:154).

#### 5.1 Sanal Grev, Sanal Birey

Günümüzde sanallık ve sanal grev iletişim teknolojilerini etkin bir şekilde kullanmayan sendikalar açısından pek anlam ifade etmezse de önümüzdeki yıllarda böyle bir gelişme ile karşı karşıya kalacaklarını söylemek mümkündür (Şenkal, 2003:39). Gelişen ve her gün daha çok insanın eklendiği yeni iletişim teknolojilerine bakarak, geleceğin grevlerinin sanal ortama daha çok taşınacağını tahmin etmek çok zor değildir. Bahsedilen teknolojik gelişmeler göz önüne alındığında hemen hemen tüm işletmeler gelecekte internet teknolojisine bağımlı hale geleceklerdir. Çalışanların birçoğunun sanal bir ortamda görevlerini ve faaliyetlerini sürdürmesi sonucu, düzenlenecek grevler sanal bir özellik kazanacak ve geleneksel grevin yapısını değiştirecektir.

Günümüzde işyerinin önünde düzenlenen grevlerin artık pek fazla bir anlamı kalmamaktadır. Bu bağlamda farklı ülkelerde ve bölgelerde faaliyet gösteren aynı veya farklı işletmelere bağlı olan işçileri örgütleyen sendikalar iletişim teknolojisi yardımıyla işçileri bir araya getirerek sanal bir greve gidilmesini mümkün kılacaklardır. Sanal grevler, internet ortamında kişisel tepkileri kitlesel tepkilere çevirecek ve çeşitli kampanyalar ile kamuoyu oluşturulmasında etkili olacaklardır.

Sanal grevin en önemli özelliği değişik ülkelerde veya bölgelerde çalışan işçileri iletişim teknolojisi araçlarıyla örgütleyip aynı yerde çalışıyorlarmış gibi işi bırakmalarını ve greve gitmelerini sağlayabilmesidir. İnternet ve web yardımıyla, sendikalar artık birer siber-örgütleyiciler haline gelmişlerdir. Öyle ki; uzak coğrafyalarda meydana gelen grevler esnasında sendikaların interneti kullanarak işçileri harekete geçirdiği, yine internet sayesinde daha önceden ulaşılamaz olan işçi gruplarına sendika hakkında bilgiler verildiği, sendikacılık tanıtımının yapıldığı sendika raporlarında yer almaktadır (Benli, 2004:228).

Sendikalar grev esnasında internette faydalanmalarına örnek olarak, 1997'de UPS grevi devam ederken, sendika, grev hakkındaki gelişmeleri üyelerine ve kamuoyuna bildirmek için özel web siteleri kullanmasını veya Bridgestone'da yapılan ve "Siber Grev" olarak adlandırılan grevde, sendikanın şirketi toplu sözleşme imzalamaya zorlama konusunda internette önemli ölçüde faydalanması gösterilebilir (Şenkal, 2003:36). Ama bizim için yeni iletişim teknolojilerinin sendikalardan grevde kullanılmasının en önemli örneği IBM Türkiye çalışanlarının "Second Life" internet sitesinde 1 Ağustos 2010 tarihinde düzenlediği sanal grevdir. 2007 yılında IBM İtalya'daki çalışanları da sanal grev düzenlemiştir. Ülkemizdeki Sanal Grev ise Avrupa'nın en güçlü sendikalarından Uni Global Union sendikası ile Tez-Koop-İş sendikasının işbirliği ile gerçekleşmiştir.

Second Life internet sitesi insanların sanal kimliklerinin olduğu ve sanal birey kavramının hayat bulduğu bir alandır. Buradaki grevde IBM çalışanlarına bir grev adası verilmiş ve normal hayattaki gibi sloganlarla, ve pankartlarla bir grev yapılmıştır. Bu hususa ilişkin olarak bir IBM çalışanının şu sözleri www.kadin

muhendisler.org internet sitesinde yayınlamıştır. “Hepimiz aslında aynı zamanda sanal kişiler değil miyiz? Sanal grevin tek sebebi küreselleşmemiz. İnternet ile yer kavramını tamamen yok ettik, etmek zorundaydık da. O günkü, iş ve yaşam koşulları sizin her an her yerde olmanızı gerektiriyor. Bunun tek çözümü de sanal yaşama dönmenizdir. Fiziksel bir grev için aynı anda insanları aynı mekana getirmeniz gerekir. Bunun zorluklarını hepimiz biliyoruz. Biz sanal grev yaparak milyonlarca kişiyi bir araya getirme gücüne sahibiz. Tabi bu yapalım dediğinizde hemen yapılması bir şey değil. Başarılı olmak için planlama, organizasyon, iletişim ve iyi süreç yönetimi yapmanız gerekir. “

## 5.2 Kamuoyu Oluşturma

Kamuoyu, bir grubu etkileyebilecek ve sorun olarak algılanabilecek bir olay ya da durum ortaya çıktığında; grup, bu olay ya da durumun etkilerini değerlendirerek bir görüş oluşturduğunda ve bu görüşlerini belirli tutum ve buna bağlı davranışlar biçiminde gösterdiğinde oluşmaktadır (Vural, 1999:49). Dolayısıyla kamuoyunun oluşumunda tutumların oluşmasının önemli bir yeri vardır. Tutum, kişi ya da olay karşısında olumlu ya da olumsuz tepki gösterme eğilimi olarak tanımlanır. Bir tutumun iki yönünü, eğilimin kendisi ve yönü oluşturur (Vural, 1999:49).

Kamuoyunun meydana gelmesinde sanayi devrimi ile insanların şehirleşmesi, okuma-yazma oranlarının artması ve gelişen teknoloji ile iletişim araçlarının yaygınlaşması önemli kaynaklar olarak göze çarpar. Önceleri genel görüşlerin sadece kendi toplumlarına ait konulara ilişkin olacağı düşüncesi hakimken, gelişen teknolojiler ile bilgi ağları oluşmuş ve küresel anlamda kamuoylarının ortaya çıkması ile geçerliliğini yitirmiştir.

Kamuoyunu, meslek kuruluşları, dernekler, sendikalar, gönüllü kuruluşlar, siyasi partiler gibi örgütlenmiş gruplar ile basın organları belirler. Sendikaları sınıf örgütü olarak tanımlayan ve işçi sınıfının siyasette söz sahibi olması yolunda bir görüşe sahip olan sendikalar için kamuoyu çok önemli bir unsurdur. Sendikalar, iletişim teknolojileri ile üyelerin haklarını koruyabilmekte, üleriyle, kamuoyuyla etkin iletişim kurabilmektedirler. Bununla birlikte sendikalar internet siteleri vasıtasıyla tüm dünyada milyonlarca kişiye çok hızlı bir şekilde ulaşabilmekte ve kendilerine taraftar bir kitle meydana getirerek üyelerinin menfaatlerini korumak için kamuoyu oluşturacak eylemlerde bulunabilmektedirler. Buna dünyadan örnek olarak; Afrikalı Bel-diye işçilerinin İngiliz çok uluslu şirketi Blawater PLC'ye ve Uluslar arası Kimya, Enerji, Maden ve Genel İşçiler Sendikası Federasyonunun (ICEM) Brigestone ve Rio Tinti gibi çokuluslu şirketlere karşı iletişim teknolojileri ve özellikle internet ile kamuoyu oluşturarak kazandığı başarılar verilebilir.

Yani kitle iletişim araçlarının geniş toplumsal kesimlere ulaşacak şekilde yaygınlaşması ve kitle psikolojisini yönlendirebileceği veya şekillendirebileceği görüşü ile üyeleri bilinçlendirmek ve kamuoyu oluşturmak artık sendikaların işverenle bir anlaşmazlık durumunda kullanacakları en etkin silahlardan biri haline gelmiştir. Bu sayede sendikalar, çok uluslu şirketlerin hem kendi ülkesinde hem de çalıştığı diğer ülkelerde imaj kaybetmemeleri için uzlaşmaya zorlayabilmektedir (Şenkal, 2003:39-40).

## 5.3 Üyelere Erişim

Üye odaklı sendikacılık, birçok sendikanın birincil amacı olmalıdır. Çünkü bir sendika için en değerli varlık üyesidir. Sonuçta sendika gücünü üyelerinden almaktadır. Güçlü vasıflarla donatılmış üye, güçlü sendika anlamına gelir (Şenkal, 2003:36).

İletişim teknolojileri doğrultusunda yapısını ve işleyişini değiştiren sendikaların, üleriyle, diğer sendikalarla ve kamuoyuyla ilişkilerini geliştirme, üyelerinin haklarını koruma ve geliştirme, internet marifetiyle ulusal ve uluslararası alanda mevcut bilgi sistemlerini kullanma, yeni üyeleri örgütlenme ve çalışma yaşamındaki değişime ayak uydurma konusuna eğilmesi çağımızın gereğidir. Bu şekilde sendikalar, iletişim teknolojileri yardımıyla üyelerinin haklarını koruyabilecek, üleriyle, kamuoyuyla etkin iletişim kurabilecek ve yeni üyelere erişebilecektir. Özellikle internet ortamı üzerinden yapılacak katılımlar ile sendikalar çok fazla sayıda üyeye sahip olabilmektedir. İnternet, sendikaların üyelerine sundukları hizmetleri çeşitlendirmiş ve bireyselleştirmiştir. Sendikalar, web siteleri, e-posta, sohbet odaları, bültenler, online üyelik ve oylama mekanizmaları gibi internet araçlarını kullanarak üyelerine sundukları hizmetleri geliştirip, sendika hizmet talebini arttırabilirler (Gündoğan, 2002:126).

Birtakım sendika üyeleri, bu hizmetlerden üye olmayanların yararlanmaması gerektiğini savunurken; sendikalar da yeni üyeler kazanabilmek için bunun gerekli olduğunu düşünmektedirler. Uygulamada, internette web sitesi bulunan çoğu sendika, web sitelerine giren herkese birçok bilgi sunarken, aynı zamanda yalnızca üyelerinin girebileceği alanlar da oluşturmuşlardır. Yani, üyelerine ve üye olmayanlara sundukları hizmetleri farklılaştırmışlardır (Gündoğan, 2002:127). Bunun amacı ise üyelerin sanal ortamda çeşitli etkinliklere, oylamalara ve tartışmalara katılabilmeleri ve bu yolla yeni üyeleri cezbetmektir.

İnternet, örgütlenme ve yeni üyelere ulaşmada yardım ederek sendikaları güçlendirir. İnternet sendikalara, artan oranda farklılaşan ve bireyselleşen işgücü ile kolektif hareket ve dayanışma arasındaki boşluğu doldurarak, hizmetlerini geliştirme ve üye sayılarını artırma olanağını sunmaktadır. Grevlerde olduğu gibi, ihtiyaç duyulan zamanlarda halk desteği oluşturmada yardım eder. Gerçekten internet, sendikalara hizmetlerini geliştirmede ve üye çekmede büyük fırsatlar sunmaktadır. Çünkü teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak doğan internet, bilgi toplumunun artan sayıdaki heterojen ve bireysel işgücü ile sendikalizmin kalbinde yer alan kolektif aktivite ve dayanışma arasında köprü oluşturmaktadır (Benli, 2004:237).

## 5.4 Toplu Pazarlık

Toplu pazarlık, üretim faktörlerinden emek ve sermaye arasındaki çeşitli çıkar çatışmaları ve çelişkiler sonucu, taraflar arası pazarlık gücü dengesini kurmak amacıyla ortaya çıkmış bir yapılanmadır. Yani ücretli olarak çalışanların temel ekonomik, demokratik, sosyal ve kültürel taleplerinin elde edilmesi, kullanılması ve geliştirilmesi için sendikalar vasıtasıyla işveren veya işveren temsilcileri ile yapılan görüşmelerin bir sözleşmeye bağlanarak uygulanması demektir.

Geçmişte toplu pazarlık süreçleri sadece sendika sözcüleri ile işveren temsilcileri arasında geçerken, günümüzde yeni iletişim teknolojileri ve internetin yaygınlaşması ile daha geniş bir platforma yapılmaktadır. Ayrıca yeni iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması ile toplu pazarlık süreçleri çeşitli değişimler geçirmektedir. Toplu pazarlık yapılacak firmanın içinde bulunduğu sektör hakkındaki bilgilere sahip olmak ve bu veriler ve bilgiler doğrultusunda hareket etmek, uluslar arası firmalarla yapılacak pazarlıklar da ise dünyadaki diğer sendikalardan bilgi olarak hareket edebilmek bu sürecin yapısını değiştirmiştir.

Artık dünya genelinde ulaşılabilen tüm verilerle toplu pazarlık stratejisi belirlenmektedir.

Ayrıca üyelere internet aracılığı ile sürekli veri sunulup onların görüşleri alınarak toplu pazarlıklar yönlendirilebilmektedir. Bu yolla da üyelerin sürece etkin bir şekilde katılmaları ve toplu sözleşmeye verilen destek oranının belirlenmesi sağlanabilir. 2000 yılında BT ile Amerikan İletişim İşçileri Sendikası (CWU) arasındaki görüşmeler ilk olarak internet üzerinden gerçekleştirilmiştir (Gündoğan, 2002:127).

Yakın gelecekte sendikalar ve işverenler toplu pazarlık müzakerelerini işçilerle ve diğer sendikalarla birlikte işbirliği içinde sanal olarak gerçekleştirebileceklerdir. Birbirlerinden binlerce kilometre uzak olan insanlar sanki beraber aynı odada çalışıyorlarmış gibi bir platform yaratılacak ve sanal toplantı salonları oluşturulacaktır. Böyle bir ortamda enformasyon çok hızlı ve etkin şekilde yayılabilecek ve birçok üye görüşmelere direkt katkı sağlayabilecektir. Diğer yandan sendika liderlerinin toplu pazarlık sırasında tavır ve davranışlar işçiler tarafından görülebilecek ve şeffaflık sağlanabilecektir. Bu şekilde oluşturulacak ve internet vasıtasıyla gerçekleştirilecek e-toplu pazarlık günümüzdeki toplu pazarlığın yerini alacaktır. İnternetin toplu pazarlık alanında kullanılması uluslar-üstü düzeyde toplu pazarlık yapma olanak da sağlamaktadır. Ayrıca ileri teknoloji kullanan yeni organizasyonlar yüksek beceriye sahip çalışanları talep etmesi toplu pazarlığın yapısını etkilemektedir. Bu etkileşim sendikaların yüksek düzeyde bilgiye sahip elemanları istihdam etme ya da işbirliği yapmalarını gerektirmektedir (Şenkal, 2003:42).

### 5.5 Örgütlenme ve Katılım

Son yıllarda örgütsel güç merkezli örgütlenme biçimi yerini bilginin ön planda tutulduğu bir örgütlenme sürecine bırakmaktadır. Bireysel tanıtım, dergi ve diğer eski iletişim sistemleri ile kendilerini tanıtan sendikaların bu örgütlenme hareketleri iletişim teknolojisinin gelişmesiyle yeni bir anlam kazanmaktadır. Artık günümüzde birçok sendika internet, web sitesi ve e-posta yoluyla daha başarılı örgütlenme faaliyetleri yürütmektedir.

Birçok yeniliği beraberinde getiren iletişim teknolojileriyle örgütlenme günümüzde oldukça kolaydır. Bu örgütlenme şekli sendikalara çeşitli açılardan yarar sağlamaktadır. Özellikle çok geniş kitlelere çok uygun maliyet ile çok kısa sürede ve etkin bir biçimde ulaşabilme sendikalar açısından en faydalı olanıdır. Artık dünyada birçok ülkede sendikalar örgütlenme konusunda teknolojik donanımına sahip birimler kurmaktadır. Bu birimler ise çeşitli iletişim araçları kullanılarak çok çeşitli yöntemler geliştirilmekte ve bu yolla sendikalara yeni üyeler kazandırılmasına çalışılmaktadır. Ayrıca sendikalar bu sayede yüksek vasıflı işçileri de örgütleyebildikleri gibi uluslararası düzeyde de örgütlenme sağlayabilmektedirler (Şenkal, 2003:43). Artık günümüzde internet sendikaların en çok kullandıkları iletişim araçlarından biri haline gelmiştir. Sendikal örgütlenme ve internet ilişkisinin geleceğine bakıldığında, internette karşılıklı etkileşim, iletişim ve bilginin ucuz maliyeti dolayısıyla, sendikal gelişim açısından gelecek on yılda sendikaların birtakım kolaylıklar elde edecekleri ileri sürülebilir. Bilgisayar ve internetin kullanılmaya başlanması sonucunda, dış dünya ve üyelere iletişim ve bazı hizmetlerin sağlanmasında sağlanan düşük maliyetler, elektronik sendika örgütünün genişlemesine yol açacaktır. Bu açıdan bakıldığında, internetin; örgütlenme ve üye alma biçimlerini, sendikaların sağladığı hizmetleri, sendika demokrasisini ve Uluslararası sendikal aktiviteleri değiştireceği

anlaşılmaktadır. Genel olarak literatüre göz atıldığında, internetin sendikaları canlandıracağı konusunda hemfikir olduğu gözlenmektedir. İlk olarak, sendikaların web üzerinden çok sayıda hizmet sağlayabileceği ileri sürülmektedir. Gözlenen en önemli hizmet türü ise sendikalar üzerinden bilgi verilmesidir (Benli, 2004:243).

### 5.6 Demokrasi ve Eleştiri

Sendika içi demokrasi, sendikaların olmazsa olmaz ilkelerinden biri olarak bilinir. Aksine düşünceler ve uygulamalar, sendikaların var olma felsefesine ters düşer. Sendika yönetimi mevkilerine seçim sonucu gelmelerinden dolayı, genellikle demokratik bir mekanizmanın var olduğu kabul görmektedir. Ancak gerçekte sendika içi demokrasinin işleyişinde seçim mekanizmalarına rağmen demokratik kurallardan çeşitli sapmalar görüldüğü için sendika içi demokrasi daima çok tartışılan bir konu olmuştur. Dünyada ve özellikle ülkemizdeki sendikal yapılar bu çerçevede değerlendirmeye tabi tutulduğunda iyi sonuçların alınmadığı, sendika içi demokrasinin iyi işlemediği dikkat çeken husus olarak karşımıza çıkmaktadır. Sendikaların üyelerinin kararlar da söz sahibi olamadığı, dışlandığı ve eleştiriye kapalı yapıların varlığını sürdürdüğü örgütlenme biçimlerinde çeşitli sorunların ve güven eksikliklerinin olması muhtemeldir. Demokratik düşünme kültürleri zayıf olan sendika üyeleri, kurulu bir sendikal düzene yalnızca toplu iş sözleşmesinden yararlanmak için girmekte, sendikal demokrasiyi geliştirmek için yeterince çaba göstermemektedir (Yorgun, 2005:150).

Sendika-içi demokrasinin işleyişi sadece göstermelik seçim esasını dikkate alan bir yapıdan çıkartılıp gerçek demokratikleşme çabalarının kurulmasının en önemli yollarından birisi iletişim teknolojileridir. Örneğin internet örgüt içi iletişimi ve bilgiye ulaşmayı ve kullanmayı geliştirerek üyelerin karar alma süreçlerinde daha etkin olabilmelerini sağlayarak sendika içi demokrasiye katkı sağlayabilecektir veya sendikalar internet sitelerinde mali konulara ve harcamalara ilişkin tüm verileri yayınlayıp şeffaflık sağlayabilirler. Bu şekilde tüm üyeler demokratik bir biçimde istenilen bilgilere ulaşabilecektir (Lordoğlu, 2004:94). ABD’de demokrasi hayatında etkin hale gelen iletişim teknolojisi teknikleri sendikalar açısından da önemli bir örnek teşkil edebilir. ABD’de sendikalar, ucuz ve hızlı bir oylama yöntemi olması nedeniyle toplu iş sözleşmelerinin kabul edilmesinde ya da grev oylamalarında internet oylamasını sık sık kullanmaktadır. Örneğin, Mart 2000’de Amerikan Mühendisler Sendikası (SPEEA) Boeing firmasıyla yapılan toplu iş sözleşmesini internette üyelerinin oylarına sunmuştur (Gündoğan, 2002:127).

Üyeler daha fazla bilgi elde ettiği zaman hem iş piyasası hem de sendikalarla ilişkilerin gelişmesi ve aktif olmaları söz konusu olacaktır. İnternet sayesinde kararlara katılma ve sendika seçimlerinde aday olma oldukça kolaylaşmaktadır (Şenkal, 2003:38). Bu yönde yapılan araştırmalar, bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanıldığı sendikalardaki oligarşik yapının kaçınılmaz olarak değiştiğini ortaya koymaktadır. Bu anlatılanlara ek olarak bahsedilen teknolojiler ailedeki sorumlulukları sebebiyle sendikal aktivitelere katılmayan kadınların katılımı arttırabilir. Ev işleri ve çocuk bakımı gibi işlerden dolayı sendikal faaliyetlere zaman ayıramayan kadın işçiler açısından bu teknolojiler önemli olanaklar sunmakta ve onların örgüt içinde seslerini duyurabilmelerine yardımcı olmaktadır.

## 6. E-SENDİKA VE YENİDEN YAPILANMA

E-sendika kavramı toplumun temel kurumlarından biri olan ve



uzun sınıfsal mücadeleler sonucunda biçimlenen sendikaların, yeni iletişim teknolojisi ile tanışmaları nedeniyle gündeme gelen bir tanımlamadır. Egemen söyleme göre e-sendikalar sayesinde sendikalar daha etkin ve verimli hale gelecektir (Atabek, Yüce, Özdemir, 2006:4).

Sendikaların iletişim teknolojileri ile tanışmaları, küreselleşme süreciyle yeni bir ivme kazanmıştır. Bu durum geleneksel sendikacılığın yerine yeni sendikal model arayışlarını gündeme getirmektedir (Şenkal, 2003:). E-sendika yaklaşımı internet her şeyi değiştiriyor şiarından hareket etmektedir. E-sendika yaklaşımının en önemli temsilcilerinden Darlinton'a göre "sendikalar, bilgisayarları yalnızca bazı etkinliklere destek olmak amacıyla kullanmamalıdır. Sendikalar interneti tüm strateji ve amaçlarının merkezine almalıdırlar. Dolayısıyla e-sendika yaklaşımı yeni iletişim teknolojileri doğrultusunda yapısını ve işleyişini değiştiren sendikaları, üyeleriyle, diğer sendikalarla ve kamuoyuyla ilişkilerini geliştirme, üyelerinin haklarını koruma ve geliştirme, internet ağlarıyla ulusal ve uluslararası alanda mevcut bilgi bankalarına bağlanma, yeni üyeleri örgütleme ve çalışma yaşamındaki değişim ve dönüşümleri takip etme konusunda etkinleşeceklerini vurgulamaktadır (Özdemir, 2009:39-40).

E-sendika yaklaşımı, e-postalar, web sayfaları, uzaktan eğitim modülleri ve video konferans olanakları ile yirmi birinci yüzyılın sendikacılık hareketidir. Sendika kampanyaları ile sendikal tartışmaları ve güncel haber ve bilgilerin içinde yer aldığı iyi bir sendika web sitesi, üyeleriyle sendikanın bütünleşmesine yardımcı olabilir (Benli, 2004:239). E-sendika, yaklaşımına göre sendikalar birçok faaliyetini elektronik ortamdan faydalanarak yürütmelidir. Sendikalar iç ve dış haberleşmelerini, üye kabul sistemlerini ve üyeleri ile haberleşmeyi, tüm yazışmalarını ve hatta toplu pazarlık süreçlerini elektronik ortamda, e-posta ve internet siteleri ile gerçekleştirmelidir. İnternet siteleri içerdikleri bilgi ve bağlantılarla ve sundukları karşılıklı etkileşim platformları ile sendikalar dış dünyayla kurdukları ilişkide en önemli vitrinleri olmalıdır.

E-sendika yaklaşımı sendikaların eninde sonunda bu yola gireceğini belirtmektedir. İnternete ulaşımın arttığı ve bilgisayar software ve hardware'inin ucuzladığı bir gelecekte e-sendika kaçınılmaz olacaktır. Sanal sendika ya da internet sendikacılığı adı verilen yeni sendika tipinin yakın bir gelecekte kamuoyunun gündemine yerleşeceği tahmin edilmektedir. Sendikaları yenilemek için yeni teknolojileri pozitif ve iyimser olarak değerlendirmek önemlidir. Sendikalar bu gelişmelere uzak durmamalı, yenilikleri iyi kullanmalıdır (Benli, 2004:240). Yani sendikaların teknolojik değişime karşı tavır almaları ve teknolojik değişimi yavaşlatıcı faaliyetlere girişmemeleri gerekmektedir. Bu yüzden sendikalar açısından en uygun politika teknolojiden iyi şekilde yararlanmanın yollarını aramalarıdır (Şenkal, 2003:44). Aksi halde bu olguyu benimsemeyen ve yeni iletişim teknolojilerinin yarattığı yeni topluma uyum sağlamayan sendikalar ise yok olma tehdidiyle karşı karşıya kalacaktır (Özdemir, 2009:41).

### 6.1 İnternet Sitesi Oluşturma

Bugün dünyanın her tarafında büyük sendikaların "web" sayfaları mevcuttur. Sendikalar bu web sayfalarıyla sendikal mücadeleyi başarılı bir şekilde sürdürmektedirler. Üstelik elverişli web siteleri geliştirmenin ve sürdürmenin maliyeti çok olsa da sendikaların bu konuda elde edecekleri fayda daha fazladır (Şenkal, 2003:38).

Sendikaların internet sitesine gerek duymasındaki arkasındaki temel neden üyelerdir. Ayrıca internet sitesi olan sendikaların büyük kısmının demokratik yapıdaki sendikalar olduğunu söylemek yanlış olmaz. Üyeleri ile beraber olabilen, paylaşımcı ve gizli bir şeye ihtiyaç duymayan sendikalar internet sitesi kurmakta ve üyeleri ile etkin bir biçimde iletişim kurmaktadır (Özdemir, 2009:109). Dünyanın herhangi bir tarafındaki bir kimse veya üye web sitesinden sendikaya ait dokümanları anında izleyebilir. İstedığı veriye veya gelişmeyi sendikasına sorabilir. Ayrıca işçiler sendikalarıyla daha samimi ve yakın ilişki içine girebilirler. Fakat burada önemli olan husus sendika üyelerinin sendika site ve içeriğine kolay erişiminin sağlanabilmesidir. Sendikal örgütler, üyelerinin eğitim ve gelir durumlarını göz önüne alarak, internet sitelerini, üyelerinin beklentileri doğrultusunda kurmalı ve kullanımı kolaylaştıracak komut ve programlar ile desteklemelidirler. Ancak bu şekilde kurulan internet siteleri ile sendikalar ile üyeler arasında etkin bir iletişim kurulabileceği unutulmamalıdır.

### 6.2 E-posta

İnternet, hızlı bir iletişim aracıdır. E-posta göndermenin maliyetinin çok düşük oluşu, üyeleri hem kendi aralarında daha yoğun bir iletişim kurmaya yöneltir, hem de sendikalara ve kamu kurumlarına daha kolay ulaşmalarını ve bu yolla da sıkıntılarını gerekli yerlere iletmelerini sağlar. Bugün birçok sendika, üyelerine ulaşmada ve yeni üyeler kazanmada e-postadan yararlanmaktadır. E-posta sadece sendika ile üyeler arasındaki iletişimi sağlamakla kalmaz, aynı zamanda, bir baskı grubu olma niteliğini taşıyan sendikaların, üyelerinden belli uygulamaları bu yolla protesto etmelerini isteyerek, bu kollektif gücü yönlendirmelerini de sağlar (Gündoğan, 2002:122).

E-posta gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde hızla yayılan bir iletişim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. E-posta bilgi çağında kullanılan en etkin ve yaygın iletişim aracıdır. İnternet ile ilgili olan veya olmayan kişiler için bir e-posta hesabının açılması neredeyse zorunluluk haline gelmiştir. Sadece bir tuşa tıklayarak birçok kişiye, saniyelerle ifade edilebilecek bir hızla dilediğiniz bilgiyi gönderebilme e-posta ile mümkün olmaktadır. Ayrıca posta ve diğer iletişim araçlarına göre daha ucuz ve hızlı olması e-postanın en öncelikli tercih nedenidir. Bu yolla her türlü doküman, video ve bilgi gönderilip saklanabilir. Büyük kitlelere ulaşmanın en etkin yollarından biri olan e-posta, günümüzde modern örgüt kültürünün ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.

Yeni bir iletişim şekli olan elektronik postanın sendikalarca kullanılması, çoğu zaman tartışmalar ile güncel haber ve bilgilerin üyelere iletilmesi şeklinde olmaktadır. Sendika üyeleri ise bu hızlı bilgilendirmeler sayesinde etkin bir biçimde iletişime katılmakta ve sendikanın bir parçası haline gelmektedir.

Sendikalar sürdürdükleri mücadeleleri yeni iletişim teknolojileri ile örebilme yetisini gün geçtikçe daha çok kazanmaktadır. Özelleştirme eylemleri sırasında kurulan web siteleri ve fabrika içerisinde, demir parmaklıklarla korunan, özel korunaklı "bilgisayar karargahları" ve tersane ve kot işçilerinin durumlarının açığa çıkartılmasında e-posta grupları, bu sürecin ürünleridir(Özdemir, 2010:).

Çağdaş sendikacılık, yeni iletişim teknolojileri ile örgütlenme mücadelesinde yeni atılımların peşindedir. Yeni iletişim teknolojileri ile örgütlenme çalışması yapılacak işyerinin tespit edilmesi, bu işyeri hakkında bilgilerin toplanması, örgütlenmede en temel gereksinim olan haberleşmenin kolaylaşması ve hızlanması

ve örgütlenme çalışması yapılan işyerindeki “öncü işçiler”e ulaşılması gibi konularda açılımlara sahiptir. Ayrıca, sendikalı olmayan işçiler de, “nasıl örgütlenebiliriz?” gibi sorularını e-posta ile göndererek sendikalara ulaşmaktadırlar (Özdemir, 2009:2). Kısaca elektronik postanın kullanılması üyeler ve üye olmayanlar ile sendikaların arasında güçlü bir iletişim oluşmasına ve sendikal bütünleşmeye yardımcı olmaktadır. Dünya genelindeki sendikaların büyük çoğunluğu, gelişen iletişim teknolojileri ile beraber internet siteleri, elektronik posta listeleri ve aktif tartışma platformları ile online erişimi sağlamaya çalışmaktadır. Buradaki asıl amaç meydana getirilen bilginin doğru ve güvenilir bir biçimde ayrıca hem ucuz hem de etkin bir yol ile sendikal etkileşimi ve bilgi dolaşımını en uygun şekilde sağlanmasıdır.

### 6.3 Akıllı Telefon ve Tabletler

Akıllı cep telefonu sahipliğinde, Türkiye yüzde 10’la ayrıca mobil genişbantla internet hizmeti sağlayan tabletlerin sayısının nüfusa oranı yüzde 1,7’yle hem gelişmiş ülkelerin hem de gelişmekte olan ülkelerin gerisinde kalmaktadır (Bilgi Toplumu Stratejisinin Yenilenmesi Projesi Toplumsal Dönüşüm eksenli Mevcut Durum Raporu 2013:31-32). Bu oranlara bakıldığında ülkemizde tablet ve akıllı telefon kullanım kapasitesinin düşük olduğu görülmektedir. Fakat gelişen teknoloji ve telefon ile abonelik ücretlerindeki düşüş dikkate alınırsa bu oranların önümüzdeki yıllarda hızlı bir şekilde artacağı tahmin edilebilir. İnsanların daima cebinde veya çantasında bulunan ve internete kolay erişim sağlayan bu cihazlar sendikal örgütlenme için vazgeçilmez bir araç olması kuvvetle muhtemeldir. Sendikaların bu cihazlara yönelik program ve uygulama geliştirmesi önümüzdeki yıllarda örgütlenmelerinde büyük kolaylık sağlayabilecektir.

### 6.4 Sosyal Ağlar

Sosyal ağlar insanların internet üzerinden birleşerek meydana getirdikleri sanal topluluklardır. Burada insanlar birbirleri ile etkileşimli olarak, karşısındaki haber ve yorumlara kendileri de yorumlarda bulunarak etki ederler. Özellikle son 10 yılda internetin yaygınlaşması ile daha da önemli bir alan olarak karşımıza çıkan sosyal ağlar insanları birbirine daha yakın hissetmelerini sağlamaktadır. Örgütlenme anlamında bu ağlar insanlar tarafından yoğun bir biçimde kullanılan araçlar haline gelmiştir. Bunun en çarpıcı örnekleri; Wall Street işgali ve Arap Baharı olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanların bu kadar önemli oluşumları meydana getirdiği sosyal ağlar, sendikal örgütlenme için de şüphesiz çok önemli bir kaynaktır. Günümüzde ülkemizdeki birçok sendikanın sosyal ağlar üzerinden takip edilmesi mümkündür. Fakat örgütlenme aracı olarak bu platformları kullanılması ve buralardan üyelere etkin ve doğru bilgilerin ulaştırılması ile örgütlenme alanında devrim niteliğinde yenilikler yapılabilir. Birçok sosyal ağın bulunduğu ve bunlardan en büyüğünün dünya genelinde yaklaşık bir milyar kullanıcısı olduğu ayrıca ülkemizdeki nüfusun yaklaşık %40’ının buraya üye olduğu düşünülürse bu alandaki potansiyelin sendikalar için çığır açabilecek derecedeki önemi anlaşılabilir.

## SONUÇ

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sonucu bilgiye ulaşmanın ve iletişimin kolay, hızlı ve ekonomik açıdan ucuz hale gelmesi, bütün örgütleri olduğu gibi sendikaları da önemli ölçüde etkilemiş, onların yapılarında ve faaliyetlerinde birçok değişim neden olmuştur (Gündoğan, 2002:129). Tüm örgütler için bilgi teknolojilerinin kullanımı artık vazgeçilmez bir unsur haline gelmiş ve bu teknolojilere uyum sağlama uyarılama konusu hassasiyetle yaklaşılacak bir alan haline dönüşmüştür. Sendi-

kalarda ilk başlarda tehdit gibi kabul gören bu yenilik anlayışı, bilgisayar ve internetin kullanımının dünyada ve ülkemizde hızlı yayılması ile yerini internet hizmetlerini geliştirerek yeni ve genç üyelere hitap eden, yaş bakımından daha büyük kesimin de bu gelişmelere ayak uydurmaya çalıştığı farkında olan, internet kullanamasa da kullandırtarak sürece dahil olan üyelerine bu konularda çeşitli eğitim hizmetleri veren, üyelerini internet üzerinden kayıt eden ve birçok online hizmet çalışması içeren bir şekle bırakmaktadır.

Çağdaş hayatta bilgi ve zaman kullanımı çok önemli bir hale gelmiştir. Bilgiye istenilen zamanda ulaşılması için devletler tarafından da çok çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Ülkemizde de birçok kamu kurumu, internet siteleri ve bilgi portalları aracılığıyla vatandaşların doğru bilgiye en kısa sürede ulaşmasını sağlayan teknolojileri kullanmaktadır. Sendikaların örgütlenme alanında bu teknolojileri kullanması ise çağdaş yapısal gelişmeleri sağlayarak, üyelere ait veri tabanlarını oluşturmasına, bilgi portalları oluşturmasına ve farklı çeşitli yazılımlar ile güncel bilgilerin erişilmesine olanak sağlayacaktır. Ayrıca sendikalar, gerekli altyapı çalışmaları gerçekleştirilmesine, üyelerin diğer sendikalar, medya kuruluşları, kamu kurumları, sivil toplum örgütleri, konfederasyonlar ve üniversiteler ile bilgi paylaşımında bulunmalarını sağlayacak platformlar geliştirmeye gereken önemi vermeli ve kaynak aktararak, gelişimi sürekli bir hale getirmelidir.

Sendikal örgütlenme ve internet ilişkisinin geleceğine bakıldığında, web’de karşılıklı etkileşim, iletişim ve bilginin ucuz maliyeti dolayısıyla, sendikal gelişim açısından gelecek on yılda sendikaların birtakım kolaylıklar elde edecekleri ileri sürülebilir. Bilgisayar ve internetin kullanılmaya başlanması sonucunda, dış dünya ve üyelere iletişiminde ve bazı hizmetlerin sağlanmasında sağlanan düşük maliyetler, elektronik sendika örgütünün genişlemesine yol açacaktır. Bu açıdan bakıldığında, internetin; örgütlenme ve üye alma biçimlerini, sendikaların sağladığı hizmetleri, sendika demokrasisini ve Uluslararası sendikal aktiviteleri değiştireceği anlaşılmaktadır (Benli, 2004:238).

Küresel sendikal hareketin parçası olmak isteyen her ülkedeki sendikalar gibi Türkiye’deki sendikalar da internet teknolojilerinden daha fazla yararlanmak ve yeni şartlara adapte olmak zorundadır. Bu zorunluluk yerine getirildiği ölçüde sorunlara çözümler bulunulacak ve sendikal başarılar artacaktır (Yorgun, 2005:155). İnteraktif internet sitelerine sahip olmayan, sosyal ağlardan uzak duran, bilgi paylaşımında kısıtlı imkânlarla sahip olan sendikalar ise uygun donanım ile bilgiye sahip olamayacaklar ve çağın gerekliliklerinin arkasında kalacaklardır. Bilgi toplumunun gelişimi ve küreselleşmenin etkisiyle da sendikaların kendilerine hitap etmeyeceği düşünen üyeler sendikalara erişimde zorlanıp onlardan uzaklaşabileceklerdir.

## KAYNAKÇA

- AR, K.Necdet (2007) Küreselleşme Sürecinde Türkiye’de Ücretlerin Gelişimi, Ankara
- ATABEK, Ü.; Yücesan, Ö. G. ve Yüce, E. (2006) “Siberuzayda Sendikalar: Yeni Olanaklar, Yeni Sorunlar”, İnternet ve Toplum: Bilgi Toplumu Doğru, XI. “Türkiye’de İnternet” Konferansı, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Ankara, Aralık, 21-23.
- AYDOĞAN, Aylin, Teknoloji ve emek: Yeni iletişim teknolojileri ve emek ilişkisinin analizi için kuramsal bir çerçeve,

(29/05/2013) [http://www.sendika.org/yazi.php?yazi\\_no=29077](http://www.sendika.org/yazi.php?yazi_no=29077)  
BAĞDADIÖĞLU, Enis, Türkiye’de Sendikal Haklar, (28/10/2010) [http://iscilerbirarada.org/trabzon/enis\\_bagdadioglu\\_tr.pdf](http://iscilerbirarada.org/trabzon/enis_bagdadioglu_tr.pdf)  
BALAY, Refik (2004) Küreselleşme Bilgi Toplumu ve Eğitim, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, Cilt37, Sayı 2  
BENLİ, Abdurrahman (2004) Sendikalar Bilgi Teknolojileri ve İnternet, Mülkiye Dergisi, Sayı:243  
ÇELİK, Aziz (2005) Avrupa Sendikalarının Yükselişi ve Düşüşü Üzerine, Birikim Dergisi, Sayı 200 SY.55-66  
HEADRİCK, Daniel R. Enformasyon Çağı: Akıl ve Devrim Çağında Bilgi Teknolojileri, Kitap yayınevi, 2002.  
ERSÖZ, Hüseyin Önlem (2006) Değişen Teknoloji ve Küreselleşmenin İnsan Kaynakları Politikası ve Sendika İlişkilerine Etkisi, Tez, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.  
GÜNDOĞAN, N. (2002) İnternet ve Sendikal Hareket, Amme İdaresi Dergisi, Aralık.  
KALKINMA BAKANLIĞI (2013) Bilgi Toplumu Stratejisinin Yenilenmesi Projesi Toplumsal Dönüşüm eksenli Mevcut Durum Raporu, 31-32  
KOCABAŞ, Fatma (2002) Küreselleşme Sürecinde İşveren Sendikalarında Yeniden Yapılanma Gereksinimi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi.  
KURT, Mehmet (2007) Endüstri İlişkileri Çerçevesinde Çokuluslu Şirketler, Sendikal Faaliyetler Ve Küreselleşme, Tez, Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.  
KUTLU, Denizcan, Teknolojinin “gözbebeği” ile imtihanı: Emek ve teknoloji, 01/11/2010) [http://www.sendika.org/yazi.php?yazi\\_no=33445](http://www.sendika.org/yazi.php?yazi_no=33445)  
LORDOĞLU, Kuvvet (2004) Türkiye’de Mevcut Bazı Sendikaların Liderlik ve Yönetim Anlayışları ve Bazı Sendikal Sorunlardan Örnekler, Çalışma ve Toplum.  
MAKAL, Ahmet (2003) Cumhuriyetin 80. Yılında Türkiye’de Çalışma İlişkileri, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Gelişme ve Toplum Araştırmaları Merkezi tartışma metni.  
ÖZDEMİR, Gamze Yücesan (2010) Türkiye’de sendikal hareketin teknoloji ile imtihanı: Üç farklı sendikacılık, [http://www.sendika.org/yazi.php?yazi\\_no=29936](http://www.sendika.org/yazi.php?yazi_no=29936), Erişim (21/10/2010)  
ÖZDEMİR, Gamze Yücesan (2009) Emek ve Teknoloji” Tan Kitapevi yayınları, Araştırma Dizisi.  
SARIGERSİL, Gülsen (2004) Küreselleşme ve Çokuluslu İşletmelerin Çalışma İlişkilerine Etkileri, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Cilt 6, Sayı 1, İzmir.  
SELAOĞLU, Ahmet (2004) Örgütlenme Sorunu ve Sendikal Yapıda Değişim Arayışı, Çalışma ve Toplum, 2004/2  
SENDİKALAR, İletişim Teknolojileri ve İnternet Semineri, (21/10/2010) [http://www.emo.org.tr/genel/bizden\\_detay.php?kod=77217&tipi=2&sube=0](http://www.emo.org.tr/genel/bizden_detay.php?kod=77217&tipi=2&sube=0)  
ŞENKAL, Abdulkadir (2003) İletişim Teknolojileri ve Sendikalar, Çimento İşveren Dergisi, Cilt:17, Sayı:1, s. 36. 40.  
TALU, Nuray (2008) Sendikaların Doğuşu; Türkiye Ve Batı Avrupa Ülkeleri Karşılaştırması, Tez, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.  
TEZKOOPIŞ SENDİKASI (2009) Eğitim Kitapları, Sendikalı İşçinin Ders Notları.  
TUİK, (2012) “2012 Yılı Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması Sonuçları” Türkiye İstatistik Kurumu Haber Bülteni, (25/05/2013) <http://www.tuik.gov.tr/PreHaber-Bultenleri.do?id=10880>  
VURAL, A.M. (1999). Yerel Basın ve Kamuoyu. Anadolu Üniversitesi Yayınları: Eskişehir.  
WORLD ECONOMIC FORUM (2013), The Global Informa-

tion Technology Report 2012:85  
YORGUN, Sayım (2005) “Küreselleşme Sürecinde Türk Sendikacılığında Yeni Yönelişler Ve Alternatif Öneriler” Çalışma ve Toplum 2005/3.  
YÜKSEL, Özden (2010) Eğitimde Dönüşüm: Eğitimde Yeni Değerler. 4. Baskı, Ankara: Pegem A Yayıncılık.  
<http://www.emekdunyasi.net/ed/isci-sendika/9021-ibm-turkte-grev-basliyor>, (30/10/2010)  
[http://www.sendika.org/yazi.php?yazi\\_no=32364](http://www.sendika.org/yazi.php?yazi_no=32364), (30/05/2013)  
[http://kisi.deu.edu.tr/vahap.tecim/I\\_Hafta\\_VB.pdf](http://kisi.deu.edu.tr/vahap.tecim/I_Hafta_VB.pdf) (26/05/2013)  
<http://www.kadinmuhendisler.org/IBMBilisimSendikasi.aspx> (24/05/2013)  
<http://ekutup.dpt.gov.tr/bilim/-YücelBilim-teknoloji-politikaları.ve.21.yüzyılın.toplumu> (27/12/2010)  
[http://www.kristalis.org.tr/aa\\_dokuman/Avrupa%20sendikalarinin%20yükselisi%20ve%20dususu.pdf](http://www.kristalis.org.tr/aa_dokuman/Avrupa%20sendikalarinin%20yükselisi%20ve%20dususu.pdf) (23/05/2013)  
[http://www.sendika.org/yazi.php?yazi\\_no=29936](http://www.sendika.org/yazi.php?yazi_no=29936) (20/05/2013)  
<http://bilgitoplumu.blogspot.com/2006/10/bilgi-anda-bilgi-toplumu-ve-bilgi.html> (29/05/2013)  
[www.inovasyon.org/html/cbt/AYK.CBT6.htm](http://www.inovasyon.org/html/cbt/AYK.CBT6.htm) (30/05/2013)  
[www.bilgitoplumu.gov.tr](http://www.bilgitoplumu.gov.tr) (16/05/2013)  
<http://www.tezkoopis.org.tr/yayin/egitim/6.pdf> (17/12/2010)  
<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tin00073&plugin=1> (25/05/2013)  
<http://www.sabah.com.tr/Teknoloji/Haber/2012/01/27/face-bookta-avrupa-lideriyiz> (25/05/2013)

# TÜRK İNANÇSAL HALK DANSLARININ FİGÜRLERİNE GÖSTERGEBİLİMSEL BİR BAKIŞ: Alevi Semah Figürlerinin Anlamları<sup>1</sup>

Yrd. Doç. Dr. Banu MUSTAN DÖNMEZ\*

## ÖZET

*Tüm dünyada halk danslarına ait figürler, çok değişik amaçlarla oluşturulmaktadır. Bu figürler geçmişte yaşanmış tarihsel bir olayı, üretim biçimlerinden kaynaklanan sosyal davranışları, Pagan dönemlere ait inançsal ritüelleri, kadın ve erkeğin birbirlerine kur yapmasını, doğadaki hayvanların ya da bir av olayının taklidini, ya da yalnızca kareografik ve estetik bir oyun amacını içerebilmektedirler.*

*Ancak özellikle inançsal ritüellerin bir uzantısı olan halk danslarını, o inancın mensubu olan halkların kolektif belleğini ve atalarından gördükleri hayat algısını içermesi bakımından göstergebilimsel bir anlam havuzuna benzetebiliriz. Bu dans türlerinin figürsel bağlamdaki inançsal anlamları, içerdikleri sözler tarafından da desteklenmektedir.*

*Alevi semahlarına ait figürler, çalışma boyunca bu anlamda ele alınmıştır. Pisagoras felsefesinden Mevleviliğe kadar Anadolu toprağının ortak bir mahsulü olarak algılanması gereken birçok kültürle iç içe olmuş olan Alevi kültürü, bu kültürlerle ait danslarla da uzaktan ve ya yakından bir akrabalığa sahiptir. Tarikat uygulamaları da dâhil olmak üzere Anadolu inançlarının birçok türünde, inanç ritüellerini yerine getirmek için dönerek ibadet etmenin kökenleri ise eski bir Anadolu uygarlığı olan Hititlere kadar dayandırılmaktadır.*

*Bu çalışmada, yalnızca “ritim eşliğinde dönerek ibadet etme” olarak tanımlanamayacak kadar büyük bir anlam havuzuna sahip olan semah figürlerinin her biri olmasa bile önemli bir kısmı, göstergebilimsel açıdan tekrar ele alınmıştır.*

*Anahtar Sözcükler: Alevi kültürü, inançsal dans figürleri, göstergebilim, semah, kültürel çözümleme.*

## A SEMIOTICAL VIEW INTO TURKISH RELIGIOUS FOLK DANCE FIGURES: Meanings of the Alevi Semah Figures

### ABSTRACT

*All the dance figures belonging to the folk dances in the world are made up for various reasons. These figures are composed of a historical event, social behaviors as the result of reproduction, religious rituals from Paganian ages, the courtship of men and women, imitation of an animal in nature or a hunting event, the gist of a choreographic and aesthetic play.*

*All the folk dances as the extent of religious rituals, however, resemble a semiotic receptacle of senses which the people of certain faith possess within their collective memories and come from their descendants' perception of life. In the figurative context, the religious senses of these dance figures are also referred by the use of lyrics.*

*In this study, the figures of Alevi semah are mentioned in this sense. The Alevi culture considered as the product of Anatolian territory and in hand with a variety of cultures from the philosophy of the Pythagoras to Mevlevi Order shares a kinship with these cultures. In many Anatolian beliefs including the cults, the whirling as an act of worship dates back to the Hittites.*

*To sum up, the study will reevaluate the figures of semah which have a sense of values more than “praying by whirling in a rhythm” within the semiotic context.*

*Keywords: The Alevi culture, religious dance figures, semiotics, semah, cultural analysis.*

### GİRİŞ:

#### SEMİOLOJİ (GÖSTERGEBİLİM) ÜZERİNE

Latince kökenli ‘sym’ ya da ‘symbol’, ‘işaret’ anlamına gelmektedir (Kabağaç-Alova, 1995: 587). Bu sözcük ‘loji’ (bilim) sözcüğüyle birleştiğinde, semioloji, Türkçesiyle ‘işaret’ ya da ‘göstergebilim’ anlamına geçmektedir. Kavram, Mutlu’nun tanımıyla “Gerek sözlü, gerekse sözsüz gösterge sistemlerinin ve bu sistemlerinin anlamlarının kurulmasında ve yeniden-kurul-

masındaki rollerini konu alan bilim dalı” olarak tanımlanmaktadır (Mutlu, 1995, 142). Yazar, göstergebilimin ilk kurucusu olarak, bu terimi ilk kez “Essay Concerning Human Understanding” adlı makalesinde ‘semiotik’ ya da ‘göstergeler öğretisi’ kavramı altında kullandığını vurgulamaktadır. Ancak kavramın geliştirilmesi ve ayrıntılandırılması, Charles Peirce ve Ferdinand de Saussure sayesinde olmuştur. Kavram, öncelikle dile ait göstergeler için dilbilim özelinde doğmuş olsa da, daha sonra tüm göstergeler için kullanılmaya başlamıştır.

Anlamlarla yüklü göstergeler havuzu, yalnızca düz mantıksal ifadelerin çözümlenmesi için değil, ağırlıklı olarak duygusal göstergelerin yer aldığı kültürel ifadelerin çözümlenmesi için de önem ihtiva eder. Bu ifade formlarını Guiraud, ‘mantıksal gösterge’ ve ‘duygusal gösterge’ olarak ikiye ayırmaktadır. Bu ifade formlarının temel özellikleri maddelerken ise mantıksal göstergelerin daha ussal ve nesnel, duygusal göstergelerin ise

\*Bu çalışma, İnönü Üniversitesi’nde 2012 yılında gerçekleşen 1. Uluslararası Türk Halk Oyunları Kongresi’nde sunulmuş, ancak yayınlanmamış bildirinin genişletilmiş halidir.

İnönü Üniversitesi, Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi, Müzik Bölümü Öğretim Üyesi, Malatya. banu.donmez@inonu.edu.tr; mustandonmez@gmail.com turk@odu.edu.tr

daha öznel ve içkin olduğunu ifade etmektedir (1994: 26). Üstelik göstergebilim disiplini, kültürün okunmasında, anlaşılmasında ve analiz edilmesinde daha da önemlidir. Çünkü kültür, mekâna ve zamana göre değişkenlik içeren göreceli bir olgudur. Dolayısıyla okunması, anlaşılması ve çözümlenmesi gereken göstergeler havuzu, her toplumda farklı farklıdır. Bu kültürel farklılık, her toplumun ya da topluluğun kültürel görüngülerinin ayrı ayrı analiz edilmesini gerektirir. Dolayısıyla göstergebilimsel olarak analiz edilmesi gereken kültürlerin sayısı, etnik/ce-maatsel toplulukların sayısı kadardır. Üstelik kültür alanı o kadar geniştir ki, insanın ürettiği soyut ya da somut ürünlere ait tüm göstergeleri içermektedir. Edebiyattan müziğe, el sanatlarından giyime, batıl itikatlardan inanç sistemine kadar tüm alanları içerebilecek bir zenginliğe sahiptir. Kültür alanının daha öznel ve duygusal olması, onun toplumdan topluma farklı biçimlerde işlenmesini sağlar ki, bu da kültürün göstergebilimsel bir analiz birimi olarak, biraz daha değerli kılar. Her şeyden önce kültür, bireysel sanatlarla karşılaştırıldığında kolektiftir. Dolayısıyla kültürü analiz etmek kolektif aklı analiz etmek anlamına gelir ki, kolektif akıl bir kişinin aklı değil, bir topluluğun aklıdır.

Bu anlamda özellikle folklor, antropoloji ve etnomüzikolojiye ilişkin konular, kolektif aklın ele alındığı ve tarihten gelen değerler havuzunun işlendiği konuların başında gelmektedir. Dolayısıyla ileride ele alınacak olan semahın sözselsel ve figürsel anlamları bu alanın, eş deyişle göstergebilim-kültür ilişkisinin önemli bir parçası olarak görülmektedir.

## **BULGULAR: ALEVİ SEMAHLARININ ‘SÖZSEL’ ve ‘FİGÜRSEL’ ANLAMLARI**

### **1. ‘Semioloji-Kültür İlişkisi’ Çerçevesinde Halk Danslarının ‘Sözselsel’ ve ‘Figürsel’ Analizi**

Yukarıda da ele alındığı gibi semioloji, özellikle folklor, antropoloji ve etnomüzikoloji gibi konuların ele alındığı ve tarihsel bir backgrounda sahip değerler havuzunu içeren kültürel ürünlerin çözümlenmesinde daha bir önem kazanmaktadır. Çünkü bu alanlarda yapılacak bir çalışma küçük bir topluluğun ya da köksüz ve geleneksiz bir kültürel icadın değil, daha geniş ölçekli toplulukların ve daha köklü geleneklerin ortaya çıkmasını sağlayacaktır.

Dolayısıyla folklor ya da halkbilim disiplininin doğal bir parçası olan halk dansları, bir kişinin ürünü değildir. Halk dansları, ne popüler danslar gibi sonradan ortaya çıkan moda akımların, ne de modern dans topluluklarının oluşturduğu ve küçük toplulukların yalnızca koreografik amaçlarla icat ettikleri kültürel ürünler değildir. Tıpkı diğer folklor öğeleri gibi hem kolektif bir belleğin, hem de tarihsel bir geçmişin ürünüdürler. Bu anlamda, bu alanda yapılacak bir çözümleme de tarihsel anlamlara ve yaşanmışlıklara vurgu yapacağı için değerlidir. Özellikle halk dansları, ‘semah’ gibi dinsel/mistik bir niteliğe sahip olduğu zaman, hem içermiş olduğu sözselsel ve işitsel göstergelerin anlamları daha derin, hem de tarihsel olarak daha köklü demektir. Eğilmez’in de ifade ettiği gibi “...Alevi kesimde süren semah geleneği, henüz ayin karakterini korumaktadır. Yüzyıllardır kapalı toplum olarak yaşamaları nedeniyle, diğer kültür formlarıyla etkileşimde cılız kalan Aleviler, semahlarını dinsel bir tören olarak korumakta, eğlencelik bir dans olarak görmemektedirler” (2006: 50).

### **2. Semah Sözcüğünün Anlamı ve Uygulanış Amacı**

Semahın söz ve figürlerine ilişkin çoklu anlam havuzu ele

alınmadan önce, semah sözcüğünün anlamı ve uygulanış amacı üzerinde durulması gerekir. Çünkü bir kavramın anlamsal bağlamı bilinmeden, içermiş olduğu sözselsel ve görsel göstergelerin anlamlarının çözümlenebilmesinin olanağı yoktur. Semah sözcüğü, ‘gök kubbe’ ya da ‘işitmek’ gibi farklı anlamlara gelen Osmanlıca kökenli ‘sema’ sözcüğünün Türk halk dilindeki telaffuz biçimidir. Mevlevi ayinlerinde de dönerek gerçekleştirilen ritüel dansının ‘sema’ olarak adlandırılması ve ‘sema’ ve ‘semah’ sözcüklerinin telaffuz yakınlığı, bu durumu doğrulamaktadır: “Mevlevi tarikatında sözcüğün kökenine bağlı kalınmıştır... Halk sözcüğünün asıl söylenişini değiştirmiş ve “semah” biçimine sokmuştur” (Bozkurt, 1995: 19).

Semah, Alevi inanç ritüeli olan cem içinde yapılan ve insan yaratılışının işlendiği kırklar söylencesini betimleyen folklorik nitelikli bir danstır. Kırklar söylencesine gelince, şu şekilde tanımlanabilir:

Alevilikte Kırklar Meclisi ve bu meclisin oluşturduğu Kırklar cemi (Kırklar toplantısı), Tanrı’yla arasındaki perdeyi kaldırmış, Tanrı katı olan arş-ı âleme çıkmış, Tanrı’yla bir olmuş insanları ifade eden bir söylencedir. Sufi bir düşünceyle tahayyül edilen bu söylenceye göre Kırklar, Tanrı’nın tüm sıfatlarına sahiptir. Başka bir deyişle Alevilikte insan, semavi dinlerdeki gibi balçıktan ya da Âdem’in altıncı kaburga kemiğinden yaratılmamıştır, doğumla halk edilmiştir. Dolayısıyla Kırklar söylencesi, aynı zamanda insanın ‘yaratılış’ söylencesidir (Mustan Dönmez, 2011: 194).

Bu düşünce, Çınar tarafından “Alevi söylencesinde ilk Ayin-i Cem, insanın yaratıldığı Kırklar Meclisi’nde yürütülmüştür” biçiminde ifade edilir (Çınar, 2005: 112). “Alevilerin cem ayini’nin (Ayin-i cem) yaratılıştan önce Arş-ı âlemde yer almış olan Kırklar Meclisini anma” olduğu Melikoff tarafından da ifade edilir (Melikoff, 1997: 56). Bu nedenledir ki cem duası olan gülbanklarda ‘döndüğünüz semah Kırklar semahı ola’, ‘yaptığımız cem Kırkların cemi ola’ veya ‘birimiz kırk, kırkımız bir’ ifadeleriyle, Kırklar söylencesinin Alevi cem ritüellerinde canlandırıldığı doğrulanmış olur.

Öz olarak semahı, kırklar söylencesinin canlandırıldığı cem içindeki ritüel dansı olarak tanımlayabiliriz. Bu dans biçiminin aynı zamanda gök hareketlerini, aşkı, derdi, evrensel devinimi ve evrenin düzenini de betimlediğini, ozanların dizelerinde de görmekteyiz.

### **3. Semahın Söz ve Figürlerine ait Çoklu Anlamın Çözümlemesine Dair Bir Deneme**

Semahta her ne kadar yörelere göre değişen bir koreografi, kıyafet ve müzik geleneği olsa da, tüm semahlar için ortak bazı kurallar bulunmaktadır. Öncelikle bu kuralların betimlenmesi gerekmektedir. Bu kuralları şu biçimde genelleyebiliriz:

1) Tüm semahlar, bağlamsal olarak kırklar söylencesini betimleyebilmek amacıyla, cem ritüeli içinde dönülür.

2) Alevi Semahları, Alevi kültürel kimliğinin hem geçmişteki, hem de günümüz modern dünyasındaki önemli bir izdüşümüdür (Dinçer, 2004: 4-12).

3) Her semah ilahi bir dans ve dolayısıyla beden devinimi ile gerçekleşmektedir. Müzik, ritim ve dans aracılığıyla gerçekleştirilen bu devinim, Güray’a göre zamanın sonsuz bir

devrini ifade etmektedir. Yazar bu dansın, tamamlanmamış ve kâmil hale gelmemiş insanın, gnostik bilgiyi elde ederek insan-ı kâmil olması sürecini de resmetmekte olduğunu ifade eder. Yazara göre kâmilleşme sürecinin edinilmesini sağlayan Bâtını inanç sistemleri, Eski Anadolu'daki Hitit ve Frig kültüründen, Mezopotamya'da Luvi ve Sümer kültürlerine, Eski Mısır, Antik Yunan'da Orfizm, Pythagorasçılık, Platon ve Plotinosçuluk'tan semavi dinlere kadar gelmiştir (Güray, 2010: 123-127).

3) Semahların çok büyük bir yüzdesinin sözlerini Pir Sultan Abdal, Şah Hatayi, Kul Himmet gibi büyük Alevi ozanları oluşturur. Bu durumun nedeni, semahların diğer folklorik öğelere göre çok daha değişmeye kaşı korumalı ve otantik olması, bu nedenle semah sözleri için Alevi felsefesini üstün bir düşünce gücü ve Türkçeyle özetleyebilen ulu ozanların tercih edilmesidir.

4) Semahların genellikle 'ağırlama' (yavaş başlangıç) ve yeldirme (hızlanma) olarak iki kısma ayrılarak dönülmesi, bir ritüel dansı olan semahın transa yönelik niteliğinden kaynaklanmaktadır. Semahlarda hızlandırma komutu içeren sözler, 'yürü turnam yürü' biçiminde iken, yavaşlama komutu içeren sözler, 'eğlen turnam eğlen, haber sorayım' ya da 'eğlen dur, sallan dur' biçimindedir.

5) Semahlarda 'hü' nidası, kolektif olarak yapılması gereken ritmik dansı başlatma, ya da yavaşlatma ve hızlandırma işlevi görür.

6) Semahlarda Aleviler için kutsal kabul edilen turna sembolize edilir. Turna, ölümsüz, haber taşıyan ve kutsal bir kuş olarak bilinir (bkz. şekil 1). Bu durumu Birdoğan ve Melikof şu biçimde ifade eder: "Turna sembolizmi, Çin, Kore, Japonya gibi Uzak Doğu uluslarında yaygındır. Çin'de turna, her şeyden önce ölümsüzlük kuşudur" (Birdoğan, 1995: 515). Uzak Doğu kökenli 'turna kuşu-ölümsüzlük' anlamı ilişkisi Melikoff tarafından da ele alınır: "Allı turnanın, sonsuz yaşamın sembolü olduğu Çin, Kore, Japonya gibi bazı uzak doğu ülkelerinde rastlanan bu inanç, Türklerin Batıya doğru yaptıkları seferler sırasında taşınmış olsa gerek" (Melikoff, 1997: 53).

Şekil 1



www.insanokur.org

*Post, Alevi inanç önderi dedenin cemi yürütmek için oturduğu makamın Alevilikteki adıdır. Bu bölge cem halkasının ortasında olup, konum olarak cemaatin oturduğu yerden biraz daha yüksektedir.*

7) Her semah, cem içinde Alevi inanç önderi dedenin liderliğinde, O'na ait olan postun önünde ve O'na sırt çevirmeksizin dönülür (bkz. şekil 2).

Şekil 2



Fotoğraf: Banu MUSTAN DÖNMEZ  
(Mustan Dönmez, 2008: 194).

8) Semahlar çıplak ayakla dönülür (bkz. şekil 3). Ayakkabı, statü belirleyici bir niteliğe sahiptir. Ayakkabı ve çorabın çıkarılarak semah dönülmesi, cemaat üyeleri arasındaki statü farkını ortadan kaldırdığı gibi, dervişliğin de göstergesidir. Bunu Yunus Emre'ye ait dervişçe bir söz olan "Başı açık yalın ayak/ Çağırayım Mevla'm seni" dizelerinde de görmekteyiz.

Şekil 3



Fotoğraf: Banu MUSTAN DÖNMEZ,  
(Mustan Dönmez, 2008: 191).

9) Semahlarda avucun birinin kalbin üzerinde birinin yukarıda olması figürü, Tanrı-insan özdeşliğini ve bu özdeşliğe gönül ve kalple ulaşılabilceğini sembolize eder (bkz. şekil 4).

Şekil 4



10) Her iki açık elin gökyüzüne kaldırılması figürü, semahlar sırasında Tanrının anımsandığını ve O'na yakarıldığını sembolize eder (bkz. şekil 5).

Şekil 5



www.aleviweb.com

11) Semahlarda avuç içine bakma figürü ise, "...kendi eline bakan insanın aynada kendi yüzünü görmüş olması dolayısıyla, Tanrısal güzelliği görmüş olur düşüncesidir" (Er, 1998: 104). Bu söz, Alevi-Bektaşî nefeslerinden Hilmi Dede Baba'nın, "Tutum aynayı yüzüme, Ali göründü gözüme", ya da Âşık Veysel Şatıroğlu'nun dizeleri ile "Saklarım gözümde güzelliğini/ Her nere bakarsam sen varsın orda" gibi sözlerle ifade edilir (bkz. Şekil 6).

Şekil 6



www.semah.nedir.com

12) Semahlarda sekerek yürüme ve kolları açıp kapama figürü, kutsal kuş turnanın hareketlerinin taklidiyle oluşturulmuş figürlerdir (bkz. şekil 2).

13) Semahlarda Mevlevî semasında olduğu gibi "Bir el yukarı bakarken diğer elin toprağa baktığı duruş biçimi, Haktan alınan halka verilmesini ifade eder" (a.g.e.104). (bkz. şekil 7).

Şekil 7



www.kavaklidere.bel.tr

14) Semahlarda niyaz hareketi yüz yüze bakılarak yapıldığında, "Hakkın insanda olduğu ve secdenin yalnızca insana yapılması gerektiğini ifade eder" (a.g.e. 104). (bkz. şekil 8).

Şekil 8



Fotoğraf: Banu MUSTAN DÖNMEZ  
(Mustan Dönmez, 2008: 190).

15) Özellikle musahipler in döndüğü semahlarda kadın ve erkeğin birbirine niyaz etmesi, kadın ve erkeğin doğanın ilahi dengesini sağlayan temel unsurlar olarak algılanmasından ileri gelir (bkz. şekil 9).

Şekil 9

www.demlink.net



16) Miraçlama semahı, "Melek Cebrail'in Hz. Muhammed'i Mirac'taki yeşil kandile çıkarmasını konu eden cem müzik türüdür. Bu nedenle birçok yörede Alevi dedeleri, Cebrail meleği betimleyebilmek için miraçlama semahını 'beyaz' bir kıyafetle dönerler. Kırklar söylencesinin ön aşaması olan miraçlamada, 'mirac' olgusu betimlenir" (Mustan Dönmez, 2011: 197) (bkz. Şekil 10).

*Alevilikte 'yol kardeşi' anlamına geçen bir kültürel bir aile kurumu. Cem töreni içinde, iki evli çift arasında ikrar verilmesiyle gerçekleştirilir.*

Şekil 10



Fotoğraf: Banu MUSTAN DÖNMEZ  
2004 yılında İzmir Limontepe Cem Evi'nde yapılan bir cem töreninden...

17) Semahların birçoğunda, semahçıların belinde bir kuşak vardır. Bu kuşak, kırklar söylencesinde yer alan şu durum ile ilgilidir: Hz. Muhammet kırklar semahını dönerken, sarığının yere düşerek kırk parça olması ve kırkların bunu kemer yapıp kuşanması nedeniyle, kırklar semahı dönülürken semahçılar bellerine kemer bağlarlar (bkz. şekil 11). Bu gelenek de, cem ve semah ritüelinin, Alevi yaratılış söylencesi olan Kırklar söylencesini ifade ettiğini gösterir.

Şekil 11



www.sivasbahadun.com

## SONUÇ

Bu çalışmada Alevi semahları, göstergebilimsel olarak, kültür incelemesi amacıyla ele alınmıştır. Semahın bağlamına ve figürlerine göstergebilimsel açıdan yaklaşılmıştır. Alevi Bâtınlığının merkezinde yer alan Kırklar söylencesi, cem aracılığıyla canlandırılmaktadır. Cem içinde uygulanan semah dansı ise, bu söylencenin önemli bir bileşenidir. Dolayısıyla tüm semahlar, özü itibarıyla kırklar söylencesinin bir devamı olduğu için, aslında kırklar semahıdır. Bu olguya, semahın bağlamını gösterebilmesi açısından çalışma içinde değinilmiştir.

Semahın bağlamı dışında bir diğer önemli unsur ise figürleridir. Semah içinde uygulanan hiçbir figür, yalnızca estetik ve

kareografik amaçlarla uygulanmamaktadır. Uygulanan her bir figür derin bir anlam ifade etmektedir. Semah sürecinde uygulanan figürlerde, Uzak Doğu'dan Anadolu'ya girmiş kutsal bir kült olan 'turna kuşu'nun hareketleri betimlenmekte ve turna, semahın sözleri içinde de aktif olarak kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra semahlar, daha çok sufi bir düşüncüyü ve insan-Tanrı-evren özdeşliğini ifade etmesi yönüyle Mevlevi semahlarına da benzemektedir. Bu nedenle çalışma içinde yer alan en temel bazı figürlerin, Alevi felsefesini ne şekilde yansıttığı üzerinde duruldu ve bu figürlerin Anadolu mutasavvıflığından önemli izler taşıdığı üzerinde duruldu.

## KAYNAKÇA

- BİRDOĞAN, Nejat (1995). Anadolu Aleviliğinde Yol Ayrımı, İstanbul: Mozaik Yayınları.
- BOZKURT, Fuat (1995). Semahlar, İstanbul: Cem Yayınları.
- ÇINAR, Erdoğan (2005). Aleviliğin Gizli Tarihi, İstanbul: Çivi Yazıları.
- DİNÇER, Fahriye (2004). "Günümüzde Semahlar ve Alevi Kimliği", Folklor Doğru, Volume 65, 1-77.
- GUIRAUD, Pierre. (1994). Göstergebilim, çev. Mehmet Yalçın, Ankara: İmge Yayınları.
- GÜRAY, Cenk (2010). "Sema'dan Semah'a Sonsuz Bir Devir", Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırmaları Dergisi, 56. Sayı, 119-152.
- EĞİLMEZ, Mesude (2006). Gelenekten Geleceğe Halk Oyunları, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- ER Piri (1997). Anadolu Aleviliğinde Semah ve Oyun Kavramları Üzerine, Türk Halk Kültürü Araştırmaları, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- KABAAĞAÇ Sina-ALOVA Erdal (1995). Latince-Türkçe Sözlük, İstanbul: Sosyal Yayınlar.
- MELIKOFF, Irene (1997). Anadolu'da Heterodoks İslam, çev. İ. Cem Erseven, İstanbul: Ant Yayınları.
- MUSTAN DÖNMEZ, Banu. (2010). "Alevi Cem Ritüelinde Canlandırılan Kırklar Söylencesinin 'Şiir-Müzik-Dans'la İlişkisi", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Volume 3, Issue 14, 191-199.
- MUSTAN DÖNMEZ, Banu. (2008). Alevi Müzik Uyanışı Bağlamında İzmir Limontepe Alevi Göçmenlerinin Müzik Pratikleri, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- MUTLU, Erol (1995). İletişim Sözlüğü, Ankara: Ark Yayınevi.
- İnternet
- www.insanokur.org
- www.vindir.com/huu&hasbihal(alevitischesemah)dedoelen-rotterdam
- www.aleviweb.com
- www.semah.nedir.com
- www.kavaklidere.bel.tr
- www.demlink.net
- www.sivasbahadun.com



# MESLEK YÜKSEKOKULU ÖĞRENCİLERİNİN İLETİŞİM BECERİLERİNİN İNCELENMESİ: BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Mustafa KILLI\*  
Mustafa TAŞLIYAN\*\*

## ÖZET

İletişim, toplumların temelini oluşturan bir sistem, bireysel davranışları görüntüleyen ve etkileyen bir teknik, örgütsel ve yönetsel yapının düzenli işlemlerini sağlayan bir araç, sosyal süreçler bakımından zorunlu bir bilim ve sosyal uyum için gerekli bir sanattır. İletişim hem bireysel hem de örgütsel düzeyde her faaliyetin temelini oluşturmaktadır.

Bu çalışmada iş çevrelerinin nitelikli ara eleman ihtiyacını karşılamaya yönelik olarak eğitim veren meslek yüksekokullarında öğrenim gören öğrencilerin iletişim beceri düzeylerinin ne olduğunun saptanması amaçlanmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin; cinsiyet, yaş, gelir düzeyi, program, sınıf seviyesi, anne ve baba eğitim düzeyi, yaşanan yer gibi değişkenlerle iletişim becerileri arasında bir ilişkinin olup olmadığı araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İletişim, İletişim Becerileri, Meslek Yüksekokulu Öğrencileri

## ANALYSIS OF VOCATIONAL SCHOOL STUDENTS' COMMUNICATION SKILLS: A FIELD STUDY

### ABSTRACT

Communication is a system which form the basis of community, a technic that affect the behavior of individuals, a tool that enables the orderly functioning of the organizational and administrative structure, a compulsory science in terms of social processes and an art that necessary for social cohesion. Communication is the basis of both individual and organizational activities.

Aim of this study, determine what is the level of communication skills of students who studying in vocational schools providing education in order to meet the needs qualified staff of the business community. In the study, relationships between communication skills and variables such as gender, age, income level, program, grade level, educational level of mother and father and residential is investigate.

Keywords: Communication, Communications Skills, Vocational School Students

### GİRİŞ:

Bireyler hem sosyal hayatta hem de iş hayatlarında sürekli olarak başkalarıyla iletişim halindedir. İletişimin sağlıklı ve etkili bir şekilde kurulabilmesi için iletişim becerileri iyi durumda olmalıdır.

İletişim sözcüğü, latince kökenli bir sözcük olan ve "ortak kılma" anlamına gelen "communicare" fiilinden türetilen (Bakan ve Büyükbeşe, 2004:3), "communication" kelimesinin dilimizdeki karşılığı olarak kullanılmaktadır. Sosyal bir varlık olan insan, doğası gereği yaşamını diğer insanlarla beraber topluluk halinde sürdürür. Diğer insanlarla birlikte yaşamak ve işbirliği yapmak insanların birbirlerini tanımaları, birbirleriyle anlaşmaları, duygu düşünce ve fikirlerini paylaşmalarıyla gerçekleşmektedir. İşte tüm bunları sağlayan, insanları birbirlerine bağlayan ve gelişmelerine katkıda bulunan en önemli etkileşim süreci iletişimdir. (Tevrüz vd.1999). İnsanların birbirleri ile anlaşma süreci olan iletişimle ilgili yapılan tanımlar çok çeşitli ve farklıdır. İletişim, konuşan ve dinleyen kişinin, güdü, algı, eğilim ve tutumlarından oluşan, , insan davranışının oldukça karmaşık bir şekli olarak ifade edilmektedir (Durukan ve Maden,2010:60). İletişim, insanların toplu halde yaşamaya başlamalarından itibaren toplumsal etkileşimlerde rol oynayan sembolik mesajların karşılıklı olarak ulaştırılmasıyla, bazı anlamları aralarında paylaşmaları sürecidir (Durgun,2006:119)

İnsanlararası iletişim, bilgi, düşünce, duygu, tutum ve kanılarla, davranış biçimlerinin kaynak ile alıcı arasındaki bir ilişkileşme yoluyla bir insandan (insanlardan) diğerine (diğerlerine) aktarılması sürecidir (Yüksel, 2007:9).

İletişim gerek bireysel gerekse örgütsel bazda her faaliyetin temelini oluşturur. Örgüt açısından ele alındığında, iletişim insan vücudunu meydana getiren tüm organlar arasındaki iletişimi sağlayan sinir sistemi gibi, birimler arasındaki bilgi, veri ve anlayış aktarımına hizmet eden yatay ve dikey kanalların oluşturulmasını ifade eder (Şimşek, 2007:204). İletişimin en önemli etkilerinden biri ise koordinasyon özelliğidir. Örgütlerin işleyişindeki faaliyetler dikkate alındığında koordinasyonun ve iletişimin çok önemli etkilere sahip olduğu görülür (Eroğlu,2011:122). İşletme yöneticisi, başkalarına iş yaptırmak suretiyle amaçlara ulaşmaya çalışan kişi olduğuna göre, onun başarısı ve içinde faaliyet gösterdiği örgütün etkinliği üzerinde rol oynayan en önemli etkenlerden biri iletişim sürecidir (Şimşek vd.,2008:70). Meslek Yüksekokullarında öğrenim gören öğrencilerin mezuniyet sonrası kamu ve özel sektöre ait örgütlerde çeşitli görevler üstlenecekleri göz önüne alındığında iletişim becerilerinin gelişmiş olması mesleki başarıları için önemli bir basamak oluşturacaktır.

Beceri sözcüğü, Türk Dil Kurumu'nun Büyük Türkçe sözlüğünde kişinin yatkınlık ve öğrenime bağlı olarak bir işi başarıya ve bir işlemi amaca uygun olarak sonuçlandırma yeteneği, maharet olarak tanımlanmaktadır. Pek çok beceri için temel oluşturan iletişim becerileri sözel olan ve olmayan mesajlara duyarlılık,

\*Doç. Dr., KSÜ. İİBF, İşletme Bölümü

\*\*Öğr. Gör., OKÜ. Bahçe Meslek Yüksekokulu

etkili olarak dinleme ve etkili olarak tepki verme biçiminde özetlenebilmektedir (Baker ve Shaw, 1987; aktaran Korkut,2005:143).

Sosyal beceriler arasında kabul edilen iletişim becerileri, birbiri ile ilişkili olan empati, sözlü ve sözsüz iletişim, dinleme becerisi, doğru geri ileti verme, beden dili kullanma gibi bir dizi beceriyi içinde barındırmaktadır (Özerbaş vd.,2007:125 ).

İletişim becerileri gelişmiş olan bireyler, kendilerini diğer bireylere doğru ifade edebilme ve onları doğru anlama imkanı bulacaktır (Gülönü ve Karcı, 2010:124). Kişinin mesleği ne olursa olsun, iyi iletişim becerisine sahip olması mesleki başarısının ön koşuludur.

## 2. Araştırmanın Amacı, Yöntem, Bulgular ve Yorum

### 2.1.Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın genel amacı, meslek yüksekokullarında öğrenim gören öğrencilerin iletişim beceri düzeylerinin ne olduğunu saptamaktır. Araştırmaya katılan öğrencilerin; cinsiyet, yaş, gelir düzeyi, program, sınıf seviyesi, anne ve baba eğitim düzeyi, yaşanan yer gibi değişkenlerle iletişim becerileri arasında bir ilişkinin olup olmadığı araştırılmıştır.

### 2.2.Araştırmanın Yöntemi

Araştırma Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Bahçe Meslek Yüksekokulu'nun farklı programlarında öğrenim gören öğrencilerin iletişim becerilerini çeşitli değişkenler açısından karşılaştıran bir çalışmadır.

Araştırmanın örneklemini İşletme Yönetimi, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları, Bilgisayar Programcılığı, Kimya Teknolojisi ve Gıda Teknolojisi programlarında 2011-2012 öğretim yılında öğrenim gören 1. ve 2. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan öğrenci sayısı 257'dir. Araştırmada kullanılan anket formunun ilk bölümünde, karşılaştırmalı analizlerde kullanılmak üzere öğrencilere cinsiyet, yaş, gelir düzeyi, anne ve babanın eğitim düzeyi, yaşanan yer gibi demografik değişkenlerini tespit etmeye yönelik sorular yöneltilmiştir. İkinci bölümde ise, bireylerin iletişim becerilerini nasıl algıladıklarını değerlendirmek amacıyla Korkut (1996) tarafından geliştirilen İletişim Becerileri Değerlendirme Ölçeği (İBDÖ) kullanılmıştır. İBDÖ; "her zaman"dan "hiçbir zaman"a kadar derecelendirilmiş, 5'li likert tipi bir ölçektir. Toplam 25 anlatımdan oluşmakta olan ölçekte puanın fazla olması bireylerin iletişim becerilerini olumlu yönde değerlendirdiklerini yansıtmaktadır.

Araştırmada elde edilen verilerin analizi, SPSS 16 (Statistical Packages for Social Sciences) programı kullanılarak yapılmıştır. Verilerin istatistiksel değerlendirilmesinde frekans analizi ve korelasyon testleri kullanılmıştır. İstatistiksel analizlerde anlamlılık düzeyi  $p < 0.05$  olarak seçilmiştir.

### 2.3. Bulgular Ve Yorum

Bu bölümde ilk olarak, anket katılımcılarına ait demografik değişkenlerin dağılımları sayı ve yüzdelerle tablolar şeklinde verilecektir. Daha sonra İBDÖ sonuçları anket katılımcılarının demografik değişkenlerine göre verilir, demografik değişkenlere göre iletişim becerilerinin farklılaşımını test etmek amacıyla gerçekleştirilen analiz

sonuçları sunulacaktır.

Anketin güvenilirliği ve ankete katılan öğrencilerin sorulara verdikleri cevapların iç tutarlılığını ölçmek amacıyla güvenilirlik analizi yapılmış ve iç tutarlılık katsayısı (Cronbach's Alpha) 0.78 olarak bulunmuştur. Cronbach's Alpha değerinin sosyal bilimler araştırmalarında 0.70'in üzerinde olması istenmektedir (Kızılgın, 2009:105). Bu sonuca göre anketin güvenilirlik derecesinin yüksek olduğu kabul edilebilir.

Ankete katılan öğrencilerin cinsiyete göre dağılımı Tablo 1.de verilmiştir. Tablo incelendiğinde ankete katılan 257 öğrenciden %61,9'unun (159 kişi) bayan, %38,1'inin (98 kişi) ise erkek olduğu görülmektedir.

Tablo 1. Öğrencilerin Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet	Frekans (N)	Yüzde (%)
Bayan	159	61,9
Erkek	98	38,1
<b>Toplam</b>	<b>257</b>	<b>100</b>

Ankete katılan öğrencilerin yaş gruplarına göre dağılımı Tablo 2. de verilmiştir. Tablo incelendiğinde ankete katılan 257 öğrenciden %56,8'inin (146 kişi) 19-20 yaş aralığında olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Öğrencilerin Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Yaş Grupları	Frekans (N)	Yüzde (%)
18 ve altı	29	11,3
19-20	146	56,8
21-22	64	24,9
23 ve üstü	18	7,0
<b>Toplam</b>	<b>257</b>	<b>100</b>

Ankete katılan öğrencilerin anne eğitim düzeylerine göre dağılımı Tablo 3. de verilmiştir. Tablo incelendiğinde ankete katılan 257 öğrenciden %88,7'sinin (228 kişi) annelerinin ilköğretim düzeyinde eğitim almış oldukları görülmektedir.

Tablo 3. Öğrencilerin Anne Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı

Anne Eğitim Düzeyi	Frekans (N)	Yüzde (%)
İlköğretim	228	88,7
Lise	26	10,1
Önlisans	2	0,8
Lisans	1	0,4
<b>Toplam</b>	<b>257</b>	<b>100</b>

Ankete katılan öğrencilerin baba eğitim düzeylerine göre dağılımı Tablo 4. de verilmiştir. Tablo incelendiğinde ankete katılan öğrencilerin babalarının %63,4'ünün (163 kişi) ilköğretim düzeyinde, %32,3'ünün (83 kişi) lise düzeyinde eğitim almış oldukları görülmektedir.

**Tablo 4. Öğrencilerin Baba Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı**

<b>Baba Eğitim Düzeyi</b>	<b>Frekans (N)</b>	<b>Yüzde (%)</b>
İlköğretim	163	63,4
Lise	83	32,3
Önlisans	6	2,3
Lisans	5	1,9
<b>Toplam</b>	<b>257</b>	<b>100</b>

Ankete katılan öğrencilerin Tablo 3. ve 4'te verilen anne-baba eğitim düzeyi oranlarına bakıldığında ilköğretim düzeyinde öğrenim oranlarının yüksek olduğu, yükseköğrenim düzeyinde öğrenim görenlerin oranının ise düşük olduğu gözlenmektedir. Tablo 5'te ankete katılan öğrencilerin kendilerinin ve ailelerinin algıladıkları gelir düzeyleri verilmiştir. Tablo incelendiğinde öğrencilerin gelir düzeyi algılamalarına göre %27,2'sinin (70 kişi) alt gelir, %70'inin (180 kişi) orta gelir ve %2,7'sinin (7 kişi) ise üst gelir düzeyinde oldukları görülmektedir.

**Tablo 5. Öğrencilerin Gelir Düzeylerine Göre Dağılımı**

<b>Gelir Düzeyi</b>	<b>Frekans (N)</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Alt	70	27,2
Orta	180	70,0
Yüksek	7	2,7
<b>Toplam</b>	<b>257</b>	<b>100</b>

Tablo 6'da ankete katılan öğrencilerin aileleri ile birlikte yaşadıkları yere göre dağılımları verilmiştir. Tablo incelendiğinde öğrencilerin %31,9'unun (82 kişi) köy-kasaba, %40,1'inin (103 kişi) küçük şehir ve %28'inin (72 kişi) büyük şehirlerde yaşadıkları görülmektedir.

**Tablo 6. Öğrencilerin Gelir Düzeylerine Göre Dağılımı**

<b>Yaşadıkları Yer</b>	<b>Frekans (N)</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Köy-Kasaba	82	31,9
Küçük Şehir	103	40,1
Büyük Şehir	72	28,0
<b>Toplam</b>	<b>257</b>	<b>100</b>

Ankete katılan Bahçe Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin programlara göre dağılımları Tablo 7'de verilmiştir. Ankete katılan öğrencilerin %21,8'i İşletme Yönetimi, % 22,2'si Muhasebe ve Vergi Uygulamaları, %18,7'si Bilgisayar Programcılığı, %17,9'u Kimya Teknolojisi ve %19,5'i Gıda Teknolojisinde öğrenim görmektedir.

**Tablo 7. Öğrencilerin Programlara Göre Dağılımı**

<b>Program Adı</b>	<b>Frekans (N)</b>	<b>Yüzde (%)</b>
İşletme Yönetimi	56	21,8
Muhasebe ve Vergi Uygulamaları	57	22,2
Bilgisayar Programcılığı	48	18,7
Kimya Teknolojisi	46	17,9
Gıda Teknolojisi	50	19,5
<b>Toplam</b>	<b>257</b>	<b>100</b>

Tablo 8'de ankete katılan öğrencilerin sınıfları göre dağılımları verilmiştir. Tablo incelendiğinde öğrencilerin %54,1'inin (139 kişi) 1.sınıfta, %45,9'unun (103 kişi) ise 2.sınıfta oldukları öğrenim görmekte oldukları görülmektedir.

**Tablo 8. Öğrencilerin Sınıflara Göre Dağılımı**

<b>Sınıf</b>	<b>Frekans (N)</b>	<b>Yüzde (%)</b>
1.Sınıf	139	61,9
2.Sınıf	98	38,1
<b>Toplam</b>	<b>257</b>	<b>100</b>

Ankete katılan öğrencilerin ölçekteki anlatımlarla ilgili değerlendirmelerinin aritmetik ortalaması 4,25 olarak hesaplanmıştır. Bu ortalamaya göre öğrencilerin iletişim beceri düzeylerini yüksek olarak algıladıkları sonucu çıkarılmaktadır.

Öğrencilerin İBDÖ'de yer alan 25 anlatıma verdikleri puanların aritmetik ortalaması alınarak yapılan genel değerlendirmede cinsiyet değişkeninin öğrencilerin genel iletişim becerilerinde anlamlı bir farklılık ortaya çıkarmadığı görülmüştür. Ancak İBDÖ'de yer alan 25 anlatıma bayan ve erkek öğrencilerin yaptığı değerlendirmeler tek tek incelendiğinde, bazı anlatımlarda anlamlı farklılıklar gözlenmiştir. "İnsanlara gerektiğinde yardım etmekten hoşlanırım" anlatımında bayan ve erkek öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık görülmüştür (p=0,029;p<0,05). Tablo 9'da da görüleceği gibi bayan öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha yardımsever oldukları sonucuna ulaşılmaktadır.

**Tablo 9. "İnsanlara gerektiğinde yardım etmekten hoşlanırım" anlatımı ile cinsiyet ilişkisi**

<b>İnsanlara gerektiğinde yardım etmekten hoşlanırım</b>						
<b>Cinsiyet</b>	<b>Her zaman</b>	<b>Genellikle</b>	<b>Bazen</b>	<b>Na-diren</b>	<b>Hiçbir zaman</b>	<b>Toplam</b>
Bayan	108 (67,9)	43 (27,04)	7 (4,40)	1 (0,62)	0	159
Erkek	58 (59,2)	30 (30,6)	5 (5,1)	3 (3,06)	2 (2,04)	98
Toplam	166 (64,6)	73 (28,4)	12 (4,6)	4 (1,6)	2 (0,8)	257

**Korelasyon Analizi**

	Değer	P
Pearson's R	-,137	,029

İBDÖ'de yer alan "Yaşadığım olaylardaki coşkuyu her halimle başkalarına iletebilirim" anlatımında da bayan ve erkek öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık görülmüştür (p=0,036;p<0,05). Tablo 10.da da görüleceği gibi bayan öğrencilerin yaşadıkları olaylardan duydukları coşkuyu paylaşmada erkek öğrencilere göre daha başarılı oldukları sonucuna ulaşılmaktadır.

**Tablo 10. “Yaşadığım olaylardaki coşkuyu her halimle başkalarına iletebilirim” anlatımı ile cinsiyet ilişkisi**

Yaşadığım olaylardaki coşkuyu her halimle başkalarına iletebilirim						
Cinsiyet	Her zaman	Genellikle	Bazen	Na-diren	Hiçbir	Toplam
Bayan	61 (38,4)	49 (30,8)	39 (24,5)	7 (4,4)	3 (1,9)	159
Erkek	30 (30,6)	26 (26,5)	28 (28,5)	12 (12,2)	2 (2,04)	98
<b>Toplam</b>	91 (35,4)	75 (29,2)	67 (26,1)	19 (7,4)	5 (1,9)	257

**Korelasyon Analizi**

	Değer	P
Pearson's R	-,131	,036

Öğrencilerin İBDÖ’de yer alan 25 anlatıma verdikleri puanların aritmetik ortalaması alınarak yapılan genel değerlendirmede yaş değişkeninin öğrencilerin genel iletişim becerilerinde anlamlı bir farklılık ortaya çıkarmadığı görülmüştür. Ancak İBDÖ’de yer alan 25 anlatımla ilgili olarak yapılan değerlendirmeler incelendiğinde, bazı anlatımlarda yaş gruplarına göre anlamlı farklılıklar gözlenmiştir. “İnsanlara karşı sıcak bir ilgi duyarım” anlatımında yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık görülmüştür (p=0,037;p<0,05). Tablo 11’de görüleceği gibi öğrencilerin yaş ortalaması yükseldikçe insanlara karşı daha sıcak bir ilgi duydukları sonucuna ulaşılmaktadır.

**Tablo 11. “İnsanlara karşı sıcak bir ilgi duyarım” anlatımı ile yaş ilişkisi**

İnsanlara karşı sıcak bir ilgi duyarım						
Yaş Grupları	Her zaman	Genellikle	Bazen	Na-diren	Hiçbir zaman	Toplam
18 ve altı	7 (24,1)	14 (48,3)	5 (17,2)	3 (10,3)	0	29
19-20	54 (37,0)	60 (41,1)	24 (16,4)	6 (4,1)	2(1,4)	146
21-22	34 (53,1)	20 (31,3)	8 (12,5)	2 (3,1)	0	64
23 ve üstü	9 (50,0)	6 (33,3)	1 (5,5)	1 (5,5)	1 (5,5)	18
<b>Toplam</b>	104 (40,5)	100 (38,9)	38 (14,7)	12 (4,7)	3 (1,2)	257

**Korelasyon Analizi**

	Değer	P
Pearson's R	,130	,037

Öğrencilerin İBDÖ’de yer alan 25 anlatıma verdikleri puanların aritmetik ortalaması alınarak yapılan genel değerlendirmede gelir düzeyi değişkeninin öğrencilerin genel iletişim becerilerinde anlamlı bir farklılık ortaya çıkarmadığı görülmüştür. Ancak İBDÖ’de yer alan 25 anlatımla ilgili olarak yapılan değerlendirmeler gelir düzeyleri açısından incelendiğinde, “Arkadaşlarımla beraberken kendimi rahat hissedebilirim” anlatımında gelir grupları arasında anlamlı bir farklılık görülmüştür (p=0,011;p<0,05). Gelir grupları arasında yapılan korelasyon testlerinde üst gelir grubuna mensup öğrencilerin oranı %2,7 (7 öğrenci) olduğundan bu grupta yer alan öğrenciler orta gelir grubuna dahil edilerek hesaplama yapılmıştır. Tablo 12’den de görüleceği gibi öğrencilerin gelir düzeyi yükseldikçe arkadaşları ile beraberken kendilerini daha rahat hissetleri sonucuna ulaşılmaktadır.

**Tablo 12. “Arkadaşlarımla beraberken kendimi rahat hissedebilirim” anlatımı ile gelir düzeyi ilişkisi**

Arkadaşlarımla beraberken kendimi rahat hissedebilirim						
Yaş Grupları	Her zaman	Genellikle	Bazen	Na-diren	Hiçbir zaman	Toplam
Alt	24 (34,3)	26 (37,1)	17 (24,3)	2 (2,9)	1 (1,4)	70
Orta	91 (48,6)	68 (36,4)	24 (12,8)	2 (1,1)	2 (1,1)	187
<b>Toplam</b>	115 (44,7)	94 (36,6)	41 (16,0)	4 (1,5)	3 (1,2)	257

**Korelasyon Analizi**

	Değer	P
Pearson's R	,159	,011

İBDÖ’de yer alan “Yaşadığım olaylardaki coşkuyu her halimle başkalarına iletebilirim” anlatımında da alt ve orta gelir gruplarındaki öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık görülmüştür (p=0,029; p<0,05). Tablo 13.de görüldüğü gibi orta gelir grubundaki öğrencilerin alt gelir grubuna göre yaşadıkları olaylardan duydukları coşkuyu paylaşmada daha başarılı oldukları sonucuna ulaşılmaktadır.

**Tablo 13. “Yaşadığım olaylardaki coşkuyu her halimle başkalarına iletebilirim” anlatımı ile gelir düzeyi ilişkisi**

Yaşadığım olaylardaki coşkuyu her halimle başkalarına iletebilirim						
Yaş Grupları	Her zaman	Genellikle	Bazen	Na-diren	Hiçbir zaman	Toplam
Alt	20 (28,6)	17 (24,3)	24 (34,3)	7 (10,0)	2 (2,8)	70
Orta	71 (38,0)	58 (31,0)	43 (23,0)	12 (6,4)	3 (1,6)	187
<b>Toplam</b>	91 (35,4)	75 (29,2)	67 (26,1)	19 (7,4)	5 (1,9)	257

**Korelasyon Analizi**

	Değer	P
Pearson's R	,136	,029

Öğrencilerin İBDÖ'de yer alan 25 anlatıma verdikleri puanların aritmetik ortalaması alınarak yapılan genel değerlendirmede, aileleri ile birlikte yaşadıkları yer değişkeninin öğrencilerin genel iletişim becerilerinde anlamlı bir farklılık ortaya çıkarmadığı görülmüştür. Ancak İBDÖ'de yer alan 25 anlatımla ilgili olarak yapılan değerlendirmeler yaşanılan yer açısından incelendiğinde, "Düşündüklerimi istediğim zaman anlaşılır biçimde ifade edebilirim" anlatımında anlamlı bir farklılık görülmüştür ( $p=0,001;p<0,05$ ). Tablo 14'te de görüleceği gibi büyük şehirlerde yaşayan öğrencilerin köy-kasaba ve küçük şehirlerde yaşayan öğrencilere oranla düşündüklerini istedikleri zaman anlaşılır biçimde ifade edebildikleri sonucuna ulaşılmaktadır.

**Tablo 14. "Düşündüklerimi istediğim zaman anlaşılır biçimde ifade edebilirim" anlatımı ile yaşanılan yer ilişkisi**

<b>Düşündüklerimi istediğim zaman anlaşılır biçimde ifade edebilirim</b>						
<b>Yaşanılan Yer</b>	<b>Her zaman</b>	<b>Genellikle</b>	<b>Bazen</b>	<b>Na-diren</b>	<b>Hiçbir zaman</b>	<b>Toplam</b>
Köy-Kasaba	28 (34,1)	31 (37,8)	20 (24,4)	2 (2,4)	1 (1,3)	82
Küçük Şehir	43 (41,8)	40 (38,8)	18 (17,5)	2 (1,9)	0	103
Büyük Şehir	42 (58,4)	23 (31,9)	6 (8,3)	1 (1,4)	0	72
<b>Toplam</b>	113 (44,0)	94 (36,6)	44 (17,1)	5 (1,9)	1 (0,4)	257

**Korelasyon Analizi**

	Değer	P
Pearson's R	215	,001

İBDÖ'de yer alan "Arkadaşlarımla beraberken kendimi rahat hissedebilirim" anlatımı ile yaşanılan yer arasında anlamlı bir farklılık gözlenmiştir. ( $p=0,001;p<0,05$ ). Tablo 15'te de görüleceği gibi öğrencilerin yaşadıkları yer köyden kente doğru değiştikçe arkadaşları ile beraberken kendilerini daha rahat hissetleri sonucuna ulaşılmaktadır.

**Tablo 15. "Arkadaşlarımla beraberken kendimi rahat hissedebilirim" anlatımı ile yaşanılan yer ilişkisi**

<b>Arkadaşlarımla beraberken kendimi rahat hissedebilirim</b>						
<b>Yaşanılan Yer</b>	<b>Her zaman</b>	<b>Genellikle</b>	<b>Bazen</b>	<b>Na-diren</b>	<b>Hiçbir zaman</b>	<b>Toplam</b>
Köy-Kasaba	29 (35,4)	33 (40,2)	17 (20,7)	2 (2,4)	1 (1,3)	82
Küçük Şehir	53 (51,5)	30 (29,2)	16 (15,5)	2 (1,9)	2 (1,9)	103
Büyük Şehir	33 (45,8)	31 (43,1)	8 (11,1)	0	0	72
<b>Toplam</b>	115 (44,7)	94 (36,6)	41 (15,9)	4 (1,6)	3 (1,2)	257

**Korelasyon Analizi**

	Değer	P
Pearson's R	,131	,035

Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin öğrenim gördükleri programlar göre iletişim becerileri açısından anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Öğrencilerin öğrenim gördükleri programda buldukları sınıf açısından yapılan analizlerde de herhangi bir farklılığa rastlanmamıştır.

Öğrencilerin anne ve babalarının eğitim seviyesi ile sahip oldukları iletişim becerileri arasında da anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

**SONUÇ**

Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Bahçe Meslek Yüksekokulu'nda öğrenim gören öğrencilerin iletişim becerilerinin incelendiği çalışmada, öğrencilerin kullanılan ölçekteki anlatımlarla ilgili değerlendirmeleri iletişim becerilerini iyi olarak algıladıklarını göstermektedir.

Bahçe Meslek Yüksekokulunda mevcut bulunan programlarda öğrenim gören öğrenciler arasında iletişim becerileri açısından herhangi bir farklılık görülmemiştir. Öğrencilerin sınıf seviyelerine göre de iletişim becerileri arasında farklılık görülmemiştir.

Öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun anne-babalarının eğitim düzeylerinin ilköğretim düzeyinde olduğu görülmektedir. Öğrencilerin ailelerinin eğitim düzeyleri ile iletişim becerileri arasında farklılık görülmemiştir.

Gelir düzeyleri açısından yapılan analizlerde orta gelir grubuna mensup öğrencilerin alt gelir grubuna göre arkadaşlarıyla beraberken kendilerini daha rahat hissettikleri ve yaşadıkları olaylardaki coşkuyu başkalarına iletebildikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Öğrencilerin aileleriyle birlikte yaşadıkları yere göre yapılan analizlerde kentlerde yaşayan öğrencilerin köy veya kasabada yaşayan öğrencilere göre düşündüklerini anlaşılır biçimde ifade edebildikleri ve arkadaşlarıyla beraberken kendilerini daha rahat hissettikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Yaş değişkenine göre yapılan analizlerde 21 yaşından büyük olan öğrencilerin insanlara karşı sıcak bir ilgi duydukları sonucuna ulaşılmıştır.

Cinsiyete değişkenine göre yapılan analizlerde bayan öğrencilerin erkeklere oranla daha yardımsever oldukları ve yaşadıkları olaylardaki coşkuyu başkalarına daha kolay ilettiklerini sonucuna ulaşılmıştır.

Meslek Yüksekokullarında İşletme Yönetimi, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları programlarında Büro Yönetimi ve İletişim Teknikleri dersi, Bilgisayar Programcılığı programlarında ise Genel ve Teknik İletişim dersi verilmektedir. Kimya Teknolojisi ve Gıda Teknolojisi programlarının müfredatlarında ise iletişim ile ilgili herhangi bir ders bulunmamaktadır. Meslek Yüksekokullarındaki tüm programlarda iletişim ile ilgili bir ders okutulması öğrencilerin iletişim becerilerinin geliştirilmesinde fayda sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

BAKAN, İsmail ve BÜYÜKBEŞE, Tuba (2004), “Örgütsel İletişim ile İş Tatmini Unsurları Arasındaki İlişkiler: Akademik Örgütler İçin Bir Alan Araştırması”, Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, Sayı:7, ss.1-30.

DURGUN, Serpil (2006). “Örgütsel İletişim ve Örgüt Kültürü”, Yüzcüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt.3, Sayı.2, Aralık, ss.112-132

DURUKAN, Erhan ve MADEN, Sedat (2010). “Türkçe Öğretmenlerinin İletişim Becerileri Üzerine Bir Araştırma”, Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, Sayı.1, ss.59-74

EROĞLUER, Kemal (2011), “Örgütsel İletişim ile İş Tatmini Unsurları Arasındaki İlişkiler: Kuramsal Bir İnceleme”, Ege Akademik Bakış Dergisi, c.11, s.1, ss.121-136.

GÜLÖNÜ, Sirel ve KARCI, Yasemin (2010), “İletişim Meslek Lisesi Öğrencilerinin İletişim Beceri Düzeylerinin İncelenmesi (Ankara İl Örneği)”, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, sayı.31, ss.123-140.

KIZGIN, Yıldırım (2009), “Tüketicilerin Kredi Kartı Marka Tercihlerinin Kümeleme Analizi ile İncelenmesi: Muğla Örneği” Celal Bayar Üniversitesi S.B.E. Dergisi, cilt.7, sayı.2, ss.93-110.

KORKUT, Fidan (1996), “İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeğinin Geliştirilmesi: Güvenirlilik ve Geçerlik Çalışmaları”, Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi, 2(7), ss.18-23.

KORKUT, Fidan (2005), “Yetişkinlere Yönelik İletişim Becerileri Eğitimi”, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 28, ss.143-149

ÖZERBAŞ, Mehmet A. – BULUT, Mehmet – USTA, Ertuğrul (2007), “Öğretmen Adaylarının Algıladıkları İletişim Becerisi Düzeylerinin İncelenmesi”, Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD) Cilt 8, Sayı 1, ss.123-135

ŞİMŞEK, Şerif - ÇELİK, Adnan - AKGEMCİ, Tahir (2008), İşletme Becerileri Grup Çalışması, Ankara, Gazi Kitabevi.

ŞİMŞEK, Şerif (2007), Yönetim ve Organizasyon, Konya, Adım Matbaacılık.

TEVRÜZ, Suna - ARTAN, İnci - BOZKURT, Tülay (1999), Davranışlarımızdan Seçmeler (Örgütsel Yaklaşım), Beta Yayınları, İstanbul'dan aktaran İhsan Yiğit (2004), Örgütsel İletişim Açısından Bilişim Teknolojileri ve Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

TUTAR, Hasan (2009), Örgütsel İletişim, Ankara, Seçkin Yayınevi.

YÜKSEL, Haluk, A., (2007), Genel İletişim, Ed.Uğur

# SOSYAL SORUMLULUK AÇISINDAN ÇEVRE MUHASEBESİ VE ÇEVRE MUHASEBESİNE HOMO EKONOMİKUS BİR BAKIŞ

Ahmet TERZİ\*

## ÖZET

Muhasebenin temel kavramlarından ilki kabul edilen sosyal sorumluluk, muhasebecileri çevreye karşı duyarlı olmaya ve tüm toplumun -kendisinden sonraki nesiller de dahil- refahını düşünmeye sevk etmiştir. Çevre Muhasebesi, bu sorumluluğun bir gereği olarak ortaya çıkmıştır. Modern anlamda iktisadın “ideal insanı” Homo Ekonomikus (İktisadi İnsan) ise çoğu aza tercih etmeyi, karı maksimize ederken maliyetleri en aza indirmeyi ve kendi çıkarını/faydasını her şeyin üzerinde tutmayı ilke edinmiştir. Bu makalede, çıkarını her şeyin üzerinde tutan Homo Ekonomikusun çevre muhasebesine bakışı ele alınmış, kanunlar ve denetim yoluyla çevrenin korunması ve bu sayede sürdürülebilir bir kalkınmanın sağlanması gerektiği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Çevre Muhasebesi, Sosyal Sorumluluk, Homo Ekonomikus.

## ENVIRONMENTAL ACCOUNTING IN TERMS OF SOCIAL RESPONSIBILITY AND AN HOMOECONOMICUS OVERVIEW OF ENVIRONMENTAL ACCOUNTING

### ABSTRACT

“The Social responsibility” which is generally interpreted as the initial concept of accounting, requires accountants to be responsible for the environmental and the future of the next generations. Environmental accounting is the product of this responsibility. On the other hand, Homo Economicus, “the ideal human being” of the modern economics, has always pursued profit maximization, cost minimization and keeping his own interest over the rest. This paper overviews the Homo Economicus approach to environmental accounting. It concludes that environment should be protected through the law and the control and sustainable development should be maintained.

Keywords: Environmental Accounting, Social Responsibility, Homo Economicus,

### GİRİŞ:

Çevre Muhasebesinin açıklanmasından önce, çevre kavramından ne anlaşılması gerektiği üzerinde durulmalıdır. Çevre muhasebesi, çevre kavramının iyi tanımlanıp, tanımlanan çerçeve içerisinde ortaya çıkan sorunların hissedilebilir bir düzeye yükselmesi ile ortaya çıkmıştır. Çevresel sorunların tüm ekolojik sistemi tehdit eder düzeye gelmesiyle birlikte çevre konusu dünya kamuoyunun gündemine geçte olsa gelebilmiş ve ekoloji, hukuk, iktisat, tıp, yönetim gibi bilim dallarının konuya eğilmelerinin yanı sıra muhasebenin de konuyu kendi mantığı içerisinde ele almasını gerekli kılmıştır (Kırlioğlu ve Can, 1998 : 3).

#### Çevre Kavramı

Çevre kavramı ile ilgili farklı bakış açılarıyla değişik tanımlamalar yapılabilir. Bunlardan bazıları şu şekildedir.

Çevre; insanların ve tüm diğer canlıların yaşamları süresince birbirleri ile karşılıklı olarak ilişkiler kurup etkileşime girdikleri fiziki, biyolojik, sosyal, ekonomik ve kültürel ortam olarak tanımlanabilir (Lazol, Muğal ve Yücel, 2008: 57).

TDK'daki tanımla çevre; Hayatın gelişmesinde etkili olan doğal, toplumsal ve kültürel dış faktörlerin bütünlüğüdür (TDK, 2013).

En geniş anlamıyla çevre; insan ve diğer tüm canlı varlıklar ile birlikte doğanın ve doğadaki insan yapısı öğelerin bütünüdür. Buradaki tanımdan da anlaşılacağı üzere, bir doğal bir de yapay çevreden söz etmek mümkündür. Doğal çevre insan müdahalesine maruz kalmamış ya da insan müdahalesinin sınırlı kaldığı ve henüz değiştiremediği tüm doğal varlıkları ifade etmektedir. Yapay çevreden kasıt ise, insanlık tarihindeki sosyal ve ekonomik değişimler süresince, geniş ölçüde doğal çevreden yararlanılarak, insan eli ile yaratılan tüm değer ve varlıkları kapsamaktadır (Başkale, 2009: 3).

Tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere, bahsi geçen ayrım dikkate alındığında doğal çevrede doğaya ya da doğal varlıklara bir dış müdahale olmadığı için herhangi bir sorundan bahsetmek çok mümkün değildir. Doğal çevreyle ilgili sorunların temelinde var olan etken insandır. Özellikle sanayileşmenin yaygınlaştırılması ve yoğun biçimde kullanılmasıyla birlikte çevre sorunları önemli boyutlara ulaşmıştır (Kurşunel, Büyüksalvarcı ve Alkan, 2006: 83).

#### Çevre İle İlgili Sorunlar ve Nedenleri

Çevreyle ilgili sorunlar çok çeşitli biçimlerde karşımıza çıkmaktadır. 19. yüzyılın son çeyreğinde başlayan ve sonraki yüzyıllarda iyice hız kazanarak devam eden sanayi devrimi; karı maksimize etme, refah artışı, hızlı kentleşme, gecekondulaşma ve sanayileşme gibi kavramları literatüre kazandırmıştır. Karın en üst seviyeye çıkarılabilmesi için doğal kaynakların hesapsız ve pervasızca kullanılması, çevreye verilen zararların göz ardı

\*Öğretim Görevlisi, Ardahan Üniversitesi, İİBF İşletme Bölümü Öğretim Elemanı, Ardahan

edilmesi suretiyle elde edilen refah, yenilenemez kaynakların aşırı kullanımı ile sağlanan teknolojik gelişim, kontrol edilemeyen yoğun göçle beraber gelen aşırı nüfus artışı ve plansız şehirleşme hem kır hem de kent toplumunun yapısını bozmuştur (Özbirecikli, 1999: 53).

Söz konusu bu bozulma hava kirliliği, su kirliliği, toprak kirliliği, gürültü kirliliği, kimyasal kirlilik, manyetik kirlilik ve ışık kirliliği gibi pek çok sorunu beraberinde getirmiştir (Çetin, 2011: 13).

### **Çevreye Ait Sorunlarla İlgili Ekonomik Yaklaşımlar**

İnsanın hem bilimsel bilgiyi kullanması hem de kendini artık doğanın dışında kabul etmesinin temelinde “Newtoncu Paradigma” yatmaktadır. Bu paradigmanın iki ana işlevi vardır. Birincisi, bilimsel bilgiyi kullanarak insanı aydınlatma ve doğadan bağımsız kılma, ikincisi ise bilimsel uygulamalarla doğaya karşı insan egemenliğini sağlamaktır. 16. ve 17. yüzyıllarda ortaya çıkan bilim dallarının hemen hepsi bu paradigmanın ciddi manada etkisinde kalmışlardır. Dolayısıyla, ekonomi bilimi de iktisadi büyümeyi, insan iradesinden bağımsız, kendiliğinden gelişen doğal bir süreç olarak görmüştür. Newton mekaniğinde hareketi yönlendiren “k” sabitine denk gelecek şekilde, Adam Smith de piyasaların işleyişi için “görünmez el” teorisini ortaya atmıştır. Buna göre doğal kaynaklar, ürünler, para ve işgücü, Newtoncu evrenin sonsuz uzayına benzer; yani sınırsız bir pazar için hızla metalaşmaktadır. Bu mekanik görüş içerisinde gelişen sanayi kapitalizmi, çevre sorunlarına yol açan uygulamaları başlatmıştır (Mutlu, 2007: 179).

İnsanlık son yıllarda bir yol ayrımına gelmiştir. “Ne pahasına olursa olsun ekonomik büyüme” diyen Homo Ekonomikuslar ile “önce çevre” diyen çevreciler arasında sert ve uzun tartışmalar yaşanmıştır. 1970’lerle birlikte çevre bilincinin artması ve çevreci sivil toplum örgütlerinin güçlenerek, çevreye rağmen kar anlayışı ile hareket eden grupların etkisini kısmen kılması ile birlikte tartışmaların daha uzlaşmacı bir zeminde yürütülmesi sağlanmıştır (Altınbay, 2007: 2).

Çevre ile iktisadi büyüme arasındaki dengenin sağlanabilmesi için uygulanması istemiyle bir takım ekonomik yaklaşımlar ileri sürülmüştür. Bu yöntemlerden en önemlisi “Sürdürülebilir Kalkınma” Modelidir. Günümüzde uygulanan ya da henüz üzerinde tartışılan yöntem ve teknikler niteliklerine göre, sosyal yöntemler, hukuki yöntemler, ekonomik ve teknik yöntemler olarak sınıflandırılabilir (Kırloğlu ve Can, 1998: 15).

### **1 - Sürdürülebilir Kalkınma**

Ekonomik kalkınma ve refah amaçlanırken, çevrenin dengesinin ve doğanın korunması gerektiği bilinci “sürdürülebilir kalkınma” modelini doğurmuştur (Yıldıztekin, 2009, 368). Bu model iktisadi büyüme ile ekolojik dengeyi birlikte ele almaktadır. Sürdürülebilir kalkınma modeli, toplumun refah artışı sadece ekonomik gelişme olarak değil, ekonomik kalkınma ve çevre korunmasını da içeren “Toplam Gelişme” olarak görülür (Sönmez ve Bircan, 2004: 482).

Bir ülkede sürdürülebilir kalkınmanın sağlanabilmesi ekonomik sürdürülebilirlik, ekolojik sürdürülebilirlik ve sosyal sürdürülebilirliğin sağlanması ile gerçekleştirilebilir. Yani kuşaklar arası kaynak kullanım etkinliğine sahip sürdürülebilir kalkınma olgusu: doğal sermayeyi tüketmeyen, gelecek kuşakların da gereksinimlerini önemseyen ve sahip çıkan, ekonomi ile eko-sistem arasındaki dengeyi gözetken ve ekolojik

açıdan sürdürülebilir nitelikte olan bir ekonomik kalkınmadır (Başkale, 2009, 7).

### **2 - Eko - Kalkınma**

Eko - Kalkınma, “ekolojik yönden sağlıklı kalkınma stratejisi” anlamına gelmektedir. Yerel ve bölgesel kalkınmanın, çevrenin potansiyeli ile uyumunun olması, doğal kaynakların uygun kullanımına titizlikle dikkat edilmesi ve uygulanması planlanan organizasyon şekillerinde ve teknolojik yeniliklerde doğal ekosistemlerin ve sosyo-kültürel yapının bozulmamasına özen gösterilmesi sonucunda sağlanabileceği varsayımına dayanmaktadır. Eko - Kalkınmanın temelinde teknolojinin etkin kullanımı sonucunda, doğal kaynakların da verimli bir biçimde kullanımı yatmaktadır. Sürdürülebilir kalkınmayla aralarındaki temel fark, Eko-Kalkınmanın, ekoloji ile teknoloji kavramları üzerinde ağırlıklı durmasıdır (Alagöz, 2004, 9-18).

### **3 - Fayda Maliyet Analizi**

Fayda Maliyet Analizi, gerçekleştirilmesi düşünülen bir yatırımın ya da projenin topluma yansıtacak fayda veya maliyetlerinin parasal değere dönüştürülmesi suretiyle, projenin gerçekleştirilmesinin ne derece rasyonel olacağını kararının alınmasında ilgililere yardımcı olan ve yol gösteren bir araçtır (Aymaz, 2009: 32).

Fayda Maliyet Analizi, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde uygulanması amaçlanan projelerin makro ekonomik politikalara uygunluk derecesinin belirlenmesinde kullanılmaktadır. Analiz yardımıyla hem kamu sektörünün hem de özel sektörün planlanan yatırımlarının etkinlik esasına göre kaynaklarının tahsisi ve uygulanabilir olup olmadıklarına karar verilmektedir. Fayda maliyet analizi sonucunda karar vericiler ve politika belirleyen ilgililer sosyal refahı ve dolayısıyla sosyal faydayı arttıracak projelerin tercih edilmesinde etkin bir karar verme aracı elde etmiş olacaktırlar (Ergen, 2008: 116-117).

### **4 - Çevre Etki Değerlendirmesi Yöntemi**

Bu yöntem, Gerçekleştirilmesi planlanan yatırımların ya da projelerin çevrede oluşturabilecek olumlu ya da olumsuz etkilerinin tespit edilmesinde, ortaya çıkabilecek olumsuzlukların önlenmesi veya zararın en aza indirilmesi için alınacak önlemlerin, seçilen yer ile teknoloji alternatiflerinin tespit edilerek değerlendirilmesinde ve projelerin hayata geçirilmesinde izlenmesi ve kontrolünde sürdürülecek çalışmaları içermektedir (TC Orman Bakanlığı, 2009: 3).

Çevre etki değerlendirme yöntemi; Proje, plan ve programların çevresel, sosyal ve ekonomik etkilerinin sistemli bir şekilde incelenmesini öngörmektedir. Planlanan bir yatırımın çevrenin yaşanabilirliği üzerindeki etkilerinin hesaplanması yöntemlerini içermektedir. Ayrıca, bir projenin sonucunda ortaya çıkma ihtimali olan her türlü anlamlı sosyal ve çevresel etkilerin değerlendirilmesidir. Tüm bunları içeren rapora ÇED raporu denmektedir (Güler ve Çobanoğlu, 1994: 11).

“ÇED raporu, Çevresel Etki Değerlendirme Teknikleri ve projenin çevreye vereceği atıkların karakteristikleri ve emisyon miktarının tanımlanması, projenin yapılacağı çevrenin tanımlanması, olabildiğince sayısal nedenlerle projenin neden olabileceği her etkinin çevre üzerindeki etkilerinin tanımlanması, proje alternatiflerinin kıyaslanması ve bütün çevresel etkilerin bütünsellik içerisinde incelenerek önerilerin oluşturulması aşamalarını içermektedir. Değerlendirmede esas olan, gerek çevresel açıdan gerekse ekonomik açıdan en iyi alternatifi tespit etmektir (Kırloğlu ve Can, 1998: 19-20)



**Yasal Düzenlemeler ve Standartlar**

Sanayileşmenin büyük bir hızla yayılması ve iktisadi büyümenin “biricik” amaç olarak görüldüğü 19. ve 20. yüzyılda, yaşanılabilir bir çevre için mutlak gerekli olan temiz su ve hava Homo Ekonomikus açısından “serbest mal” olarak kabul edilmiştir. Daha fazla ekonomik büyüme ve daha fazla kar elde etmek için serbest malların çağdaşlar ve sonraki kuşaklar düşünülmeden pervasızca kullanılması bu kaynakların dünya genelinde ciddi oranda kirlenmesine sebep olmuştur. Bu durum çevre ile ilgili bazı standartların ve yasal düzenlemelerin gerekliliğini beraberinde getirmiştir. Ülke bazında ve uluslararası bazda oluşturulan bu yasalar Çevre Hukuku’nu ortaya çıkarmıştır.

“Ekonomik açıdan çevre kirliliğini “dışsallık” olarak niteleyebiliriz. Dışsallık; iktisadi faaliyetlerin piyasa dışı tüm etkileridir. Daha geniş bir ifadeyle dışsallık; üretici ya da tüketicilerin davranışlarının bütün sonuçlarına katlanmadıkları ve üretime ya da tüketime karar verilirken başkaları üzerindeki etkileri dikkate almadıkları zaman ortaya çıkan bir olgudur ve bu dışsallıkların içselleştirilmesi, kaynak dağılımında etkenliğin sağlanması ve toplum refahının artırılması için bir takım kirlilik kontrol araçları kullanılmaktadır. Bu araçlar direkt ve endirekt kontrol araçları olarak belirlenmektedir” (Erken ve Uzay, 1991: 118).

**Tablo 1. Kirliliği Önleyen Dolaylı ve Dolaysız Politikalar**

	<b><u>Direkt (Dolaysız) Araçlar</u></b>	<b><u>Endirekt (Dolaylı) Araçlar</u></b>
<u>Piyasaya Dayalı Teşvikler</u>	<u>Vergilendirmeden muaf tutma</u>	<u>31,9</u>
<u>Ticari maksatlı permiler</u>	<u>103</u>	<u>40,1</u>
<u>Teminatın iadesi sistemi</u>	<u>Girdi - çıktı vergileri ve sübvansiyonları</u>	<u>28,0</u>
İkame edilen girdilere ve girdilerdeki indirimlere verilecek sübvansiyonlar		
Yönlendirme ve Kontrol	Emisyon Yönetmelikleri	
(Belirgin Kaynak ve Aktarılmaz Kotalar)	Teçhizat, işlem, girdi ve çıktı ile ilgili yönetmelikler	
Hükümet Üretimi veya Harcamaları	Arındırma, Temizleme, Atıkların Tanzimi, Takviye ve Ajans Ödenekleri	Teknolojik Gelişme

**Kaynak: Kırloğlu ve Can, Age., s. 22.**

Muhasebede Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Çevre Muhasebesi İşletme ortaya koyduğu faaliyetler nedeniyle içinde bulunduğu çevreyi hem etkilemekte hem de o çevreden etkilenmektedir. Dolayısıyla işletmelerin etki alanına giren tüm çevrelere karşı sorumlu oldukları açıktır. İşletme içerisinde bir birim olarak çalışan ve işletmenin mali nitelikli tüm işlemlerini kayıt altına alarak sonuçları yorumlayarak raporlayan muhasebenin de aynı çevreye karşı sorumlulukları vardır.

Muhasebenin temel ilkelerinden ilki olarak kabul edilen Sosyal Sorumluluk; muhasebenin organizasyonunda, uygulamaların gerçeğe dönüştürülmesi aşamasında ve sonrasında, üretilen bilgilerin raporlanmasında belirli ilgi ve çıkar gruplarının değil tüm toplumun çıkarlarının gözetilmesi anlamında kullanılmaktadır (Kutlu, 2009: 7). Muhasebe ancak böyle bir hassasiyet içerisinde olursa vereceği bilgiler tarafsız, adil ve gerçeğe uygun olacaktır (Sevilengül, 2008: 22).

Burada bahsedilen sosyal sorumluluk, muhasebeden çok muhasebe kurallarının icracısı olan muhasebeciyi ilgilendirmektedir. Çünkü yasal olarak güvence altına alınmış birkaç konu dışında, muhasebe işlemlerinin düzenlenmesi ve değerlendirilmesi tümüyle muhasebecinin bilgi, yetenek ve inisiyatifine kalmaktadır. Sosyal sorumluluk bilincinden uzak olan bir muhasebeci meslek ahlakı ile asla bağdaşmayacak yönelimler içine girerek bütün toplumun çıkarlarını zedeleyebilecektir. Toplumun çıkarlarını korumak adına yapılması gerekenlerin başında bu kavramın yasal dayanaklarla uygulanabilir hale getirilmesi gelmektedir (Sürmen, 2012: 24).

**Çevre Muhasebesi (Environmental Accounting)**

Literatürde Yeşil Muhasebe (Green Accounting) olarak da kullanılan çevre muhasebesinin farklı tanımları olmakla birlikte en geniş tanımıyla; çevresel kaynakların kullanımı ve söz konusu kaynakların kullanımı sonunda doğacak etkilerin muhasebesi olarak ifade edilmektedir (Kırloğlu ve Can, 1998: 54). Literatürde çevre muhasebesi ile ilgili yapılan bazı tanımlar şu şekildedir;

Çevre muhasebesi, çevre düzenlemesinden ya da yatırım öncesi, sırası ve sonrasında uyulması zorunlu çevresel sorumluluklardan dolayı ortaya çıkan harcamalar gibi, çevreye özgü maliyetlerin tanımlanması ve raporlanmasıdır (Boyd, 1998: 3).

Çevre muhasebesi, doğanın ekonomiye etkisini anlayabilmek için kullanılan önemli bir araç olarak kabul edilmektedir. Çevre muhasebesi, doğal kaynak kullanımının sosyal refaha katkısını hesaplarken aynı zamanda kaynakların bozulması ile ortaya çıkan kirliliğin tüm topluma yüklediği maliyeti de göstermektedir (IUCN, 2013: 1).

Çevre muhasebesi, yatırımların toplumun çıkarlarını gözетerek çevreyle uyumlu bir şekilde gerçekleştirilmesini, etkin ve verimli çevre koruma faaliyetlerinin sürdürülebilmesini ve bunların gözetilmesi suretiyle sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasını hedeflemektedir (Ministry of The Environmental, 2002).

Çevre muhasebesi mikro anlamda, genel muhasebe, raporlama, denetim ve çevresel yönetim muhasebesini içermektedir. Yani çevre için gerekli olan muhasebenin tüm alanlarını ihtiva etmektedir (Hamid, 2002: 6).

Çevre Muhasebesi; hem içsel kullanıcılara hem de dışsal kullanıcılara bilgi sağlamak için raporlar hazırlamaktadır. İçsel kullanıcılar “Çevre Yönetim Muhasebesi” olarak da ifade edilebilir (Yakhou ve Dorweiler, 2004: 65).

Tablo 2’de gösterildiği üzere çevre muhasebesi üç farklı bağlamda kullanılabilir (Environmental Protection Agency, 1995: 4);

**Tablo 2. Çevre Muhasebesinin Kapsamı ve Uygulama Alanları**

<b>Çevre Muhasebesi Türleri</b>	<b>Faaliyet Alanı</b>	<b>İlgili</b>
1. Milli Gelir Muhasebesi	Toplum	Dışsal
2. Finansal Muhasebe	Şirket	Dışsal
3. Yönetimsel veya Yönetim Muhasebesi	Şirket, departman, ürün hattı ya da sistem	İçsel

**Kaynak: Environmental Protection Agency, “an Introduction to Environmental Accounting as a Business Management Tool: Key Concepts and Terms”, Washington DC 1995, s. 4.**

### **Kirleten Öder**

Türkiye’de uygulanan “kirleten öder” prensibi doğrultusunda, çevre kirliliğine sebep olan kurum ya da kişilerden gerekli çevre finansmanın sağlandığı iddia edilebilir, ancak bu prensibin ne kadar anlaşılır olduğu tartışma konusudur. Çevre Kanununda: “(3/3/1988 - 3416/1. md.) Kirletenmenin önlenmesi, sınırlandırılması ve mücadele için yapılan harcamaların kirleten tarafından karşılanması esastır. Kirletenin kirlenmeyi durdurmak, gidermek ve azaltmak için gerekli önlemleri almaması veya bu önlemlerin yetkili makamlarca doğrudan alınması nedeniyle kamu kurum ve kuruluşlarında yapılan gerekli harcamalar 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanun hükümlerine göre kirletenden tahsil edilir. Ancak kirletenler, kirlenmenin önlenmesi ve sınırlandırılması için yapılan giderleri ödeme yükümlülüğünden söz konusu kirlenmeyi önlemek için gerekli her türlü tedbiri aldıklarını ispat etmek kaydıyla kurtulabilirler” denmektedir (Çevre Kanunu, 1983).

Bu kanun toprağın ya da suyun kirlenmesi durumunda kısmen uygulanabilecektir, ancak hava kirliliğinin ya da ses kirliliğinin maliyetleri nasıl ölçülecektir? Bu tip bir kirlenme karşısında uzmanlar kirliliğin bedelini nasıl belirleyebileceklerdir? Ayrıca bu kanun parası olana kirletme hakkını da dolaylı olarak vermektedir. Fayda maliyet analizi sonucunda, yapacağı çevre yatırımlarının ödeyeceği cezadan daha çok olacağını hesaplayan bir homo ekonomikus, karını maksimize etmek ve rasyonel davranmak adına kirliliğin bedelini ödemeye razı olacaktır. Çevreyi ilgilendiren tüm faaliyetler doğru ve gerçekçi veriler ile tanımlanmadığı ve yaptırımlara esas teşkil edecek şekilde denetlenmediği sürece çevre konusunda istenen düzeye gelinemeyeceği açıktır. Türkiye’nin kısa sürede çevresel denetim politikasını gerçekçi bir şekilde uygulaması gerekmektedir. Trafik polisinin ve trafik işaretlerinin olmadığı bir ortamda trafik düzeninden bahsedilemeyeceği gibi, Türkiye’de mevcut durumda gerçekçi bir çevresel denetimden bahsetmek mümkün değildir (Derin, 2003: 4).

### **Homo Ekonomikus Nedir? Kimdir?**

Modern iktisatta makbul insan, “rasyonel/akılcı” davranan insandır. Akılcı olmaktan kasıt ise kendi içerisinde bir tutarlılığa sahip ve hep daha fazlasını isteyen davranışlar sergilemektir. Homo Ekonomikus, kendisine sunulan fırsatlara ilişkin mevcut bilgi ve diğer kısıtlar altında önceden belirlediği olası en iyiye ulaşmaya çalışan, çoğu aza tercih eden ve tercihlerinde tutarlı

İktisat derslerinde öğrencilere süslü sözlerle anlatılan ve ideal insan tipi olarak sunulan homo ekonomikus, aslına faydasını maksimize ederken maliyetleri minimize etmeye çalışan, çıkarlarını her türlü erdemin üzerinde tutan, “gerçekçi” bir dünya görüşüne sahip insan modelidir (Baloğlu, 2013). Onun en büyük motivasyonu daha fazla kazanmaktır ve rasyonel olmaktır. Modern iktisat, ekonomiyi öğrenmeyi talep eden herkese ekonomik insan modelini önermekte ve sistemi bu “rasyonel” üzerine kurmaktadır. Sermaye sahipleri, ellerinde biriken sermayeyi kullanırken ekonomik insan modelini rehber edinmekte, dolayısıyla daha fazla kar elde etmeye çabalamaktadır.

Erdal M. Ünsal, yazmış olduğu İktisada Giriş kitabının “İktisadi Kararların Rasyonel Olması” başlığı altında; “İktisatçıların insanların kendi iktisadi çıkarlarına göre bir seçim yaptıklarını kabul etmeleri, insanların bencil (selfish) olduğunu varsaymaları anlamına gelmez: (...) İktisadi kararların rasyonel olması ile yardımseverlik (altruizm) arasında bir çelişki yoktur” (Ünsal, 2011: 27-28) diyerek, bahsedilen homo ekonomikusun aslında bencil olmadığını, herkes kadar çıkarlarını koruyan bir insan modeli olduğunu vurgulamıştır. Ancak Ünsal, pratikte bencil olmadan homo ekonomikus olmanın imkânsızlığından bahsetmemiştir. Günümüzde firmaların karlarını artırma yöntemleri kısıtlıdır. Klasik **Kar = Fiyat - Maliyet** modelinden hareket edilecek olursa, karı arttırmanın iki yolu ortaya çıkacaktır.

Birinci yol: **Fiyat = Maliyet + Kar**; Fiyatı arttırmak suretiyle karı maksimize etmektir. Bu yöntemde piyasaya satılan ürünlerin fiyatıyla oynanarak kar artırılabilir. Örneğin; 10 liraya sayılan bir malın maliyeti 8 lira ise kar 2 lira olarak gerçekleşecektir. Daha yüksek bir kar elde edilmek isteniyorsa fiyatın 10 liranın üzerine çıkarılması yeterli olacaktır. Hedef kar 4 lira ise, fiyat 12 lira olarak belirlenecektir. Ancak küreselleşen rekabet ortamında artık fiyatı firmalar değil, piyasanın kendisi belirlemektedir. Firma, piyasanın belirlediği fiyatın üzerinde bir fiyat belirlerse müşteri ve pazar kaybına uğrayacak, pazarı güçlü rakiplerine kaptıracaktır. Bu durum firmanın maliyetlerinin artmasına sebep olacak ve hızlı bir çöküş sürecine girecektir. Görüldüğü üzere günümüzde firma karlılığının artırılması için fiyat artırımını pek rasyonel bir yol görünmemektedir. Dolayısıyla homo ekonomikus asla bu yolu tercih etmeyecektir.

İkinci yol: **Maliyet = Fiyat - Kar**; Maliyetleri düşürmek suretiyle karı maksimize etmektir. Reşat Karcıoğlu, bu felsefeyi yerine getiren firmaların üstün rekabet gücü elde edeceğini söyledikten sonra, “global dünya pazarlarında fiyatı satıcılar değil alıcılar (müşteriler) belirlemekte olup, her zaman müşterilerin alabilecekleri fiyattan ve kalitede ürünler sunan işletmeler karlarını maksimize edeceklerdir (Karcıoğlu, 2000: 2)” vurgusunu yapmaktadır. Karcıoğlu’nun da belirttiği gibi, günümüz piyasa koşullarında üstün rekabet gücünü elde etmek isteyen homo ekonomikus, sadece maliyetlerle oynayabilecektir. Maliyet liderliğini ele geçiren firmalar hem pazar paylarını artıracak hem de karlarını maksimize edebileceklerdir.

Homo ekonomikus, kaliteden taviz vermeden maliyet liderliğini ele geçirme hedefine ulaşabilmek için ciddi düzeyde bir maliyet azaltımına gitmelidir. Bunu başarmanın en basit ve en çok uygulanan yolu da çevreye karşı duyarlı olmak ve çevre yatırımlarından mümkün olduğunca kaçmaktır.

## Muhasebe Hileleri ve Homo Ekonomikus'un Zaferi

Enron, Parmalat, Worldcom, Xerox gibi firmalarda yaşanan muhasebe skandalları, muhasebe ilkeleri ile yetiştirilen muhasebecilerin homo ekonomikus karşısında sosyal sorumluluğunun gereğini yerine getiremediklerini göstermektedir. Örneğin Enron skandalında şirket, finansal tablolar aracılığıyla karlarını olduğundan fazla göstermek suretiyle borçlarını gizlemiştir. Denetim şirketinin hazırladığı raporda, Enron'un kazançlarını yükseltmek için muhasebe kayıtlarında çok sayıda karmaşık işlem yaptığı tespit edilmiştir. Diğer yandan raporda denetim şirketi, kusurlu işlemleri tespit etmesine rağmen şirket hakkında olumlu görüş bildirmiştir (Özbirecikli, 2006: 13).

Telekomünikasyon sektöründe faaliyet gösteren Worldcom şirketi, masraf kalemlerini varlık hesaplarına aktarmak suretiyle muhasebe hilesine başvurmuştur (Özbirecikli, 2006, 9).

Waste Management şirket ise, finansal tablolarını yanlış beyan etmesine rağmen şirkete ait denetim raporları olumlu görüş içermiştir. Denetim şirketi, gelirlerdeki %12'lik yanlışlığı önemli görmediğini beyan etmiş ve SEC, denetçi firmanın müşterisini korumaya yönelik bu işlemleri görmezden gelmiştir (Atmaca, 2012: 193).

Bahsi geçen muhasebe skandallarının ve daha birçoğunun gösterdiği gerçek şudur: Homo Ekonomikus, kendi çıkarları için toplumun refahını hiçe sayabilir. Sosyal sorumluluk ile yetiştirilen ve onun gereğini yapmaya çalışan muhasebeciler, Homo Ekonomikusun iktisadi gücü altında ezilmekte ve toplumun refahını düşünmektense patronunun çıkarlarını ön planda tutmaktadır.

Rize'de muhasebeciler üzerine yapılan bir saha araştırmasında "Muhasebeci, beklenenden fazla vergi çıkması durumunda mükellef firmayı uyarmalıdır" ifadesini katılımcıların %69.40'ü doğru bir ifade olarak görmüştür (Terzi, 2010: 82). Bu durum vergi mükelleflerinin, vermeleri gerekenin çok altında bir tutarda vergi ödediklerini göstermektedir. Araştırmaya göre bu sonuç şöyle yorumlanmıştır; "Türkiye'nin vergi toplamadaki sıkıntısı da göz önünde bulundurulursa, meslek mensuplarının bu tutumlarının ülke gelirinin düşmesine, sağlıklı bir vergilendirmenin sağlanamamasına, gelirlerin sağlıklı toplanamaması yüzünden adil bir gelir dağılımının oluşturulamamasına ve meslek mensuplarının itibarının çok ciddi biçimde sarsılmasına yol açtığı söylenebilir" (Terzi, 2010: 82).

## SONUÇ

Muhasebenin temel kavramlarından ilki olan sosyal sorumluluk gereği gelişen çevre muhasebesi, kişi ya da kurumların değil tüm toplumun refahını arttırma düşüncesiyle oluşturulmuştur. İktisatta ideal insan olarak karşımıza çıkarılan, daha fazla kar, daha düşük maliyet ve her şeyin daha fazlasını isteyen homo ekonomikus, karın artırılmasındaki tek yolun maliyet azaltımı olduğu bilinciyle hareket etmektedir. Üretim aşamasına ortaya çıkan çeşitli kirlilik türlerinin engellenmesi adına yapılacak tüm çevresel yatırımların ek maliyet getireceği açıktır. Bu durum ekonomik insanın "akılcı" yaklaşımına ters düşmektedir. Yatırımların toplumun çıkarlarını gözeterek çevreyle uyumlu bir şekilde gerçekleştirilmesini, etkin ve verimli çevre koruma faaliyetlerinin sürdürülebilmesini ve bunların gözetilmesi suretiyle sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasını hedefleyen çevre muhasebesi, homo ekonomikus için önemli bir maliyet artışı demektir. İktisadi insan bakış açısıyla, çevre muhasebesi maliyet

artışından başka bir anlam ifade etmemektedir.

Çevre yasaları ile ilgili çıkan kanunların uygulanması tüm toplumun refahı için bir zorunluluktur. Homo ekonomikusların, inisiyatifine bırakılacak uygulamalar ya yarım yamalak olacaktır ya da hiç uygulanmayacaktır. Çevre muhasebesi uygulamaları gerek belediyeler gibi kamu kurumları gerekse özel sektör için zorunlu hale getirilmeli ve sıkı denetim ile uygulanırlığı artırılmalıdır.

## KAYNAKÇA

- ALAGÖZ, Mehmet (2004). "Sürdürülebilir Kalkınma Paradigması", Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Y. 4, S. 8, s. 9-18.
- ALTINBAY, Ali (2007). "Çevresel Maliyetlerin Raporlanması", Akademik Bakış, S. 11, s. 1-11.
- ATMACA, Metin (2012). Muhasebe Skandallarının Önlenmesinde İç Kontrol Sisteminin Etkinleştirilmesi, Afyon Üniversitesi İİBF Dergisi, C. 14, S. 1, s. 191-205.
- AYMAZ, Rukiye (2009). Isparta Antalya Burdur Üretim İşletmelerinin Çevre Konularına ve Çevre Muhasebesine Yaklaşımlarına İlişkin Bir Araştırma, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- BALOĞLU, Filiz (2013). Ekonomik Olaylara Sosyolojik Yaklaşım, <http://www.ekodialog.com/Makaleler/ekonomik-olaylara-sosyolojik-yaklasim.html>, Erişim: 01.05.2013.
- BAŞKALE, Elif (2009). Çevre Muhasebesi ve Uygulaması, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- BOYD, James (1998). "The Benefits of Improved Environmental Accounting: an Economic Framework to Identify Priorities", Discussion Paper 98 - 49, Washington DC, s. 3.
- ÇETİN, Eray (2011). Üretim İşletmelerinin Sosyal Bir Sorumluluk Olarak Çevre Muhasebesine Verdikleri Önem: Mersin - Tarsus Organize Sanayi Bölgesi'nde Faaliyet Gösteren Üretim İşletmeleri Üzerinde Bir Uygulama, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Karaman: Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ÇEVRE KANUNU (1983). Hekimler ve Tabip Odası Yöneticileri İçin Mevzuat, [http://www.ttb.org.tr/mevzuat/?option=com\\_content&view=article&id=49:vre-ka..](http://www.ttb.org.tr/mevzuat/?option=com_content&view=article&id=49:vre-ka..), Erişim: 01.05.2013.
- DERİN, Orhan (2003). Çevre ve Sürdürülebilir Kalkınma Tematik Paneli Vizyon ve Öngörü Raporu, Ankara: Vizyon 2023, s. 1-64.
- ENVIRONMENTAL Protection Agency (1995). "an Introduction to Environmental Accounting as a Business Management Tool: Key Concepts and Terms", Washington DC: Environmental Protection Agency.
- ERGEN, Zuhâl (2008). "Kamu Kesimi Yatırım Projelerinin Değerlendirilmesinde Fayda - Maliyet Analizi Tekniği ve Türkiye'de Uygulanabilirliği", Çukurova Üniversitesi SBE Dergisi, C. 17, S. 2, ss. 115 - 132.
- ERKEN, Uğur ve Uyar, Şaban (1991). Ödemek İstemiyorsan Kirlenme, No: 39, YASED İstanbul: Yayınları.
- GÜLER, Çağatay ve Çobanoğlu, Zakir (1994). Çevresel Etki Değerlendirmesi, Birinci Baskı, Ankara: TC Sağlık Bakanlığı Sağlık Projesi Genel Koordinatörlüğü.
- HAMİD, Mohammed A. Raouf A. (2002) "Theoretical Framework for Environmental Accounting - Application on the Egyptian Petroleum Sector", Ninth Annual Conference of the Economic Research Forum, Cairo - Egypt.

- IUCN The World Conservation Union (2013), Environmental Accounting: What is It All About?, <http://www.unpei.org/PDF/budgetingfinancing/Environmental-accounting.pdf>, Erişim Tarihi: 03.03.2013
- KARCIOĞLU, Reşat (2000). Stratejik Maliyet Yönetimi Maliyet ve Yönetim Muhasebesinde Yeni Yaklaşımlar, Erzurum: Aktif Yayınevi.
- KIRLIOĞLU, Hilmi ve Can A. Vecdi (1998). Çevre Muhasebesi, Adapazarı: Değişim Yayınları.
- KURŞUNEL, Fahri, Büyükşalvarcı A. ve Alkan A.T. (2006). “Muhasebe Meslek Mensuplarının Çevre Muhasebesi Hakkındaki Görüşleri: Konya İli Üzerinde Bir Araştırma”, Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi, Y. 9, S. 11, s. 82-88.
- KUTLU, Hüseyin Ali (2009). Tekdüzen Genel Muhasebe, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- LAZOL, İbrahim, Muğal E. ve Yücel Y (2008). “Sürdürülebilir Bir Çevre İçin Çevre Muhasebesi ve KOBİ'lere Yönelik Bir Araştırma”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, S. 38, s. 56-69.
- MINISTRY of the Environmental (2002). Environmental Accounting Guidelines, <http://www.env.go.jp/en/policy/ssee/eag02.pdf>, Erişim Tarihi: 03.03.2013.
- MUTLU, Ahmet (2007). “Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevre Muhasebesi (I)”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, S. 33, s. 178-187.
- ÖZBİRECİKLİ, Mehmet (1999). “Ulusal Düzeyde ve Firma Düzeyinde Çevre Muhasebesi - Hindistan Örneği”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, S. 4, s. 53-56.
- ÖZBİRECİKLİ, Mehmet “Bağımsız Denetçinin Müşteri Firmanın Yolsuzluk Eylemi Karşısındaki Tutumu: Şirket Yolsuzluk Vakaları ve Yasal Düzenlemeler Çerçevesinde Bir İnceleme”, Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi, Y. 5, S. 18, s. 1-18.
- SEVİLENGÜL, Orhan (2008). Genel Muhasebe, 14. Baskı, Ankara: Gazi Kitabevi.
- SÖNMEZ, Feriştah ve Bircan, Kamil (2004). “İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu ve Çevre Sorunlarında Ekonomik Yaklaşımlar”, Yaklaşım Dergisi, S. 133, Y. 12, s. 476-490.
- SÜRMEYEN, Yusuf (2012). Muhasebe 1, Trabzon: Celepler Matbaacılık.
- TC Çevre Orman Bakanlığı (2009). ÇED Rehberi - Ocak İşletmeciliği ve Cevher Hazırlama - Zenginleştirme Tesisleri, Ankara.
- TERZİ, Ahmet (2010). Muhasebe Mesleği ve Rize'deki Meslek Mensuplarına Yönelik Bir Araştırma”, Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ÜNSAL, Erdal M. (2011). İktisada Giriş, Genişletilmiş 3. Baskı, Ankara: İmaj Yayıncılık.
- YAKHOU, Mehenna and Vernon P. Dorweiler (2004). “Environmental Accounting: an Essential Component of Business Strategy”, Business Strategy and the Environmental, No: 13.
- YILDIZTEKİN, İhsan (2009). “Sürdürülebilir Kalkınmada Çevre Muhasebesinin Etkileri”, Atatürk Üniversitesi SBE Dergisi, S. 13 (1), s. 367-390.
- [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.512fb356d57a55.274-2179](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.512fb356d57a55.274-2179), Erişim: 17.04.2013

# KAMU YÖNETİMİNDE BİLGİ TOPLUMU KAPSAMINDA LİDERLİK SORUNSAĞI

Altan DEMİRBAŞ\*  
Mustafa Kemal ÖKTEM\*\*

## ÖZET

*Kamu yönetiminin sosyal, psikolojik ve ekonomik çevredeki değişimden etkilenmemesi mümkün değildir. Bilgi teknolojilerinden daha çok yararlanan günümüzde, kamu kurumları gerektiğinde işletme verimliliğinde çalışabilmek için organizasyonlarında “süreç yönetimini” gerçekleştirmeli ve bilgiyi yönetecek etkin liderlerle değişimi, kurumu ve projeleri yönetmelidir. Kamuda tartışılan verimlilik gibi birçok sorunun çözüm yolları düşünüldüğünde; yönetimde sergilenilen etkin liderlik uygulamalarının, çalışanları yüreklendirme ve organizasyon hedeflerine yönelme yönleriyle önemi ortaya çıkacaktır. Bilgi toplumunun kamu yöneticisi; otokrasi yerine demokrasiyi benimseyen, kurallar yerine politika belirleyen, geniş bir vizyona sahip, taklitçilik yerine yaratıcılığı ön plana çıkaran ve riski tehlikelerden kaçma değil de fırsatları bulma olarak yorumlayan anlayışıyla lider olabilir ve takım oluşturabilir; hizmet sunumunda vatandaş memnuniyetini artırabilir. Yeni kamu yönetimi ve yönetim kavramlarının tartışıldığı günümüzde işleri doğru yapmak yerine doğru işleri tespit edip yapmak önem kazanmaktadır. Bilgi toplumu çerçevesinde bilgiyi, değişimi ve organizasyonu yönetebilmek, doğru işleri yapmak için “liderlik” önemli bir araçtır.*

*Anahtar Sözcükler: Kamu yönetimi, Bilgi toplumu, Liderlik, Kamu Yönetiminde Liderlik.*

## LEADERSHIP PROBLEMATIC WITH IN THE SCOPE INFORMATION SOCIETY IN PUBLIC ADMINISTRATION

### ABSTRACT

*It is impossible for public administration not to be affected by the change of social, psychological and economic environment. The information age, in which information technologies has been mostly utilized, forces public organizations to attain private sector-like efficiency, public organizations should manage processes, and with effective leaders, should manage the change, the organization and the projects. When considered the ways of solution to the problems such as efficiency in public sector, high performing effective leadership practices in management will be important for staff encouragement and for strategic alignment of organizations. The public manager of information society may become a leader by considering democracy instead of autocracy, by determining the policy instead of rules, having broad vision, highlighting creativity instead of imitating, and commenting the risk as reaching the oppourtunities instead of avoiding dangers and finally create a team and increase the citizen satisfaction. The concept of new public management and governance discussed today, it is considered appropriate that determining the right things and doing them is more important than conducting things in an effective way. In order to manage the information, transformation and the organization within the framework of information society, “leadership” is a crucial means of conducting the right things.*

*Key Words: Public Administration, Information Society, Leadership, Leadership in Public Administration.*

### 1.GİRİŞ:

“Günlük yaşantımızda “bilgi çağı”, “bilgi toplumu”, “bilgi teknolojisi”, “bilgi alt yapısı”, “bilgi otoyolu” gibi terimler sık kullanılmaktadır. Bunun temel nedeni günümüzde “bilgi”nin ekonomik kalkınma ve toplumların gelişmesi açısından taşıdığı önemin giderek artmasıdır (Tonta, 1999: 363).” Yönetimin her alanında da bilginin önemini görmekteyiz.

“Francis Bacon’un 1597’de yazdığı gibi bilgi güç demektir. Bilgi yayıldııkça güçlenen bir yapıya sahiptir. Bu, eğitim yoluyla milyonlarca bilgili insandan oluşan bir toplum yaratmanın kaçınılmaz sonucudur ki; bireylerin, toplumun ve devletin başka bir seçeneği olamaz (Cleveland, 1985: 188).” Bilginin hızlı yayılmasının bir sonucu olarak yeni olan her düşüncenin ve ürünün insanlar ile organizasyonların ihtiyaçları doğrultusunda talep görmesi, bilgiyi beraberinde ona sahip olanı güçlü kılabılır.

“Ayrıca günümüzün katılımcı karar verme anlayışı; daha geniş alanlara yayılmış, geri beslemesi olan, ciddi katılımlı ve daha fazla bilgiye dayalı bir süreç içermektedir. Böylelikle daha fazla açıklık ve şeffaflık ideolojik tercih olarak değil teknolojik zorunluluk olarak kendisini göstermektedir (Cleveland, 1985: 188).” Buradan yola çıkarak kamu yönetimi dâhil her türlü yönetim alanında bilginin yaygınlaşmasıyla bir şeffaflığın gereklilik haline geldiği sonucu çıkarılabilir.

“Gün geçtikçe ilerleyen çağdaş toplumda; artan yenilikler, hızlı değişme ve gelişmeler, “açık bir sistem” olan örgütleri de etkilemekte, karmaşıklştırmaktadır. Yeni boyutlar ve sorunlar gündeme gelmekte, bunlar yeni yaklaşımlar ve çözümler beklemektedir (Öktem, 1991: 60).” Ortaya çıkan yeni boyutlar ile sorunların anlaşılmasında ve yönetiminde bilgili olmak, yeterli yönetim kabiliyetine sahip olmak önem kazanmaktadır.

\*Doktora öğrencisi, Hacettepe Üniversitesi, Kamu Yönetimi Bölümü, ademirbas78@hotmail.com

\*\*Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi, Kamu Yönetimi Bölümü, kemalok@hacettepe.edu.tr

“Kamu yönetiminde küreselleşme akımının bir uygulaması olarak ortaya çıkan değişim ve dönüşüm süreci “yeni kamu yönetimi ve yönetim (Giritli, 2011: 235)” gibi kavramları beraberinde getirmiştir. Bunlarla beraber uluslar arası bağlamda

“kamu işletmeciliği” kavramı yaygınlaşmıştır. Yönetimin siyasetten idareye kayması; idarede hiyerarşik örgütlenme yerine, yatay örgütlenme modeline geçilmesi; belli süreçlere odaklanmış idare anlayışından, sonuçlara odaklanmış idare anlayışına geçilmesi; kamu hizmetinden yararlananlara müşteri gibi bakılması; kaynakların kullanılmasında mali disiplinin ve ekonomik tutumların esas alınması gibi temel öğeler yeni kamu işletmeciliğinin belirleyici özellikleri olmaktadır (Giritli, 2011: 235).” Beliren bu yeni kavramları algılayabilen, yorumlayabilen ve organizasyon amaçlarına uyarlayabilen yöneticilere gereksinim zorunlu hale gelmiştir. “Değişimi bir tehdit olarak gören ve onu engellemeye çalışan örgütlerin yok olması veya en azından büyük kayıplar yaşamaları neredeyse kaçınılmazdır. Bu noktada örgütün algısını belirleyen en önemli unsur liderin veya yöneticinin değişime bakışıdır (Leblebici, 2008: 61).” Yeni kamu yönetimiyle beraber değişimi ve dönüşümü yönetecek lider özellikli yönetici kavramının önem kazandığını görmekteyiz.

“Modern yönetimlerde birçok alanda uzmanlaşmanın artması ve derinleşmesi gerekmektedir. Çalışanların emekleri her geçen gün daha küçük parçalara ayrılmakta, teknolojinin gelişmesi spesifik uzmanlıkları gerektirmekte, modern örgütlerin hacmi ve karmaşıklığı, yönetilebilir daha küçük parçaların, bölümlerin mevcudiyetini zorunlu kılmaktadır (Özer, 2005: 36).” Bu durum çeşitli disiplinleri birleştirici şekilde bir araya getirebilen, çeşitli uzmanlık alanlarını yönetebilme yeteneğine sahip lider yönetici olmayı zorunlu kılmaktadır.

Kamuda liderliğe sadece çalışanlar açısından değil vatandaşa yaklaşım açısından da bakmak gerekmektedir. “Kamu hizmetlerinin hızlı, kaliteli ve maliyet yönünden etkin hale getirilmesi için e-devletle birlikte, devletin yurttaşlar karşısında takındığı emredici rol yerine yurttaşı müşterisi olarak algılayan yeni kamu idaresi anlayışı gelişmektedir (Eren, 2005: 163).”

Bu şekilde özelliklerin konuşulduğu günümüz kamu işletmesini iyi yönetmek organizasyon politikasını bilmeyi, organizasyon çalışanlarını etkileyecek özellikleri taşımaya, yüksek performans için çalışanları yüreklendirecek bir liderlik anlayışını gerektirir. İnsan kaynağını yönetmek günümüz organizasyonlarında değişimle birlikte iyice güçleşmiştir. Yöneticilerin özellikleriyle yönetimin başarısı doğru orantılı hale gelmiştir.

Kamu işletmelerinin başarılı bir şekilde yönetilmesi için liderlik özellikleri önemlidir. Liderlik ve güç doğru orantılıdır. Birbirini etkiler. Farklı çevrelerden gelen organizasyon çalışanlarının sorunları, kamunun karşılaştığı karmaşıklık sorunları ve vatandaşlar (bir anlamda müşteri) ile yaşanabilen sıkıntılar liderlik ile aşılanabilir.

Kamu yönetimi yaşam döngüsü içerisinde kaynakların elde edilmesi ne kadar önemliyse çevresel desteğin, çalışan desteğinin alınması o kadar önemlidir. Kültürel farklılıkları yönetmek ustalık ister. Yalnızca teknik bilgiyle bir yere gelinemez. Kitleleri sürükleyebilecek yapıda olmak gerekir. Bunun sırrı liderliktedir.

## **2. Kamu Yönetimi ve Bilgi Toplumu**

“Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan ilerlemeler, ekonomik, toplumsal, siyasal ve kültürel anlamda değişimlere neden olabilmektedir. Öte yandan, kamu yönetiminde klasik kamu yönetimi anlayışından, yeni kamu yönetimi, yeni kamu işletmeciliği ve yönetişime uzanan paradigma değişiklikleri tartışılmaya ve yansıtılmaya başlamıştır. 1960’ların sonunda ortaya atılan, üretim ve emek faktörünün bilgi olduğu, bilgi

ve iletişim teknolojilerinin gelişmiş olduğu, sanayi sonrası toplumu ifade etmede kullanılan “bilgi toplumu” kavramı çerçevesinin çizildiği bir ortamda, kamu yönetimi kendini yeniden yapılandırmaya çalışmakta ve özellikle kamu bilgi yönetiminde inşa süreci sürmektedir (Öktem, 2010: 23).” Sanayi toplumundaki para, teçhizat, bina, tesis gibi maddi sermayenin yerini bilgi toplumunda insan ve bilgi sermayesi almaktadır. Bu durum bilgi toplumunda kamu yönetimi içinde insan faktörünün önemini ortaya çıkarmaktadır. İnsan faktörü klasik, neo-klasik, modern yönetim anlayışları sonrası post-modern yönetim anlayışıyla beraber daha fazla önem kazanmıştır. Bilgi toplumunun yönetici insanı kamu yönetimi organizasyonlarının, örgütlerinin, işletmelerinin ilerlemesinde önemli bir araçtır. Çünkü artık kas gücü önemli değil beyin gücü önemlidir.

“Devlet tarafından sunulan kamu hizmetleri ve bu hizmetlerin sunumundaki etkinlik, ülkelerin ekonomik ve sosyal yaşamı üzerinde büyük etkiye sahiptir. Bu açıdan, bilgi toplumuna dönüşüm sürecinde kamu hizmetlerinin, vatandaşlar ve iş dünyasının ihtiyaç ve beklentilerine uygun olarak, bilgi ve iletişim teknolojilerinin de yardımıyla etkin, hızlı, kaliteli, sürekli, güvenilir, şeffaf ve bütünlük şeklinde sunumu önem arz etmektedir. Ancak, bu dönüşüm sürecinin bir unsuru olan e-devlet olgusu, sadece hizmetlerin elektronik kanallara taşınması anlamına gelmemekte; bunun yanı sıra verimli iş süreçlerine, kurumlararası işbirliği yeteneğine ve ortak vizyona sahip, bilgiye dayalı kamu yönetimi anlayışını ifade etmektedir (DPT BT Stratejisi, 2006: 13).” İfade edilen bu yeni anlayışlar yetenekli çalışanlar ve bu değişimi yönetecek olan liderler aracılığıyla yaşama geçirilebilmektedir. Bilgi toplumu bilgi teknolojilerinin gelişmiş ülkelerde iletişim, hizmetler vb. alanlarda zamanla artan bir şekilde kullanılmasıyla oluşmuştur. “OECD tarafından 2006 yılında tamamlanan e-Devlet Türkiye Araştırmasına göre Türkiye e-devlet uygulamasında büyük çaplı ilerlemeler kaydetmektedir. Türkiye e-devlet alanında devleti daha etkin, etkili, şeffaf ve hesap verebilir kılmaya yönelik önemli kazanımlar elde etmiş bulunmaktadır. Ölçülebilir nitelikte önemli sonuçlar elde edilmiştir. Örneğin gelir vergisinin vergi daireleri yerine bankalar tarafından tahsili, vergi tahsilâtı birim maliyetini 2 dolardan 0,35 dolara düşürmüştür (www.bilgitoplumu.gov.tr, 2010: 4).” Ayrıca “e-Devlet girişimlerinde başarıyı yakalamak için literatürden çıkartılan bir takım stratejileri, Gil-Garcia ve Pardo (2005) beş sorunlu kategoriye göre ilişkilendirmiştir. Sorun kategorilerinden en büyüğünü örgütsel ve yönetsel sorunlar sınıfı oluşturmaktadır. İyi kabiliyetli ve saygın BT lideri, üçüncü sorun kategorisi için başarı stratejilerinden birisi olarak takdim edilmiştir. Kurumsal ve çevresel sorunlara karşı ise üst yönetici liderliği yine başarı stratejisi olarak verilmiştir. (Pekgözlü, 2012: 175)”

“Bilginin küresel düzeyde yayılması bilgiye dayalı ekonomik bir süreci başlatmış, bu süreç gelişmiş ülkelere üstünlük sağlarken, gelişmesini henüz tamamlamamış ülkeler için de çeşitli engeller yaratmıştır. İnsanlar ve toplumlar bir kez daha tarihin önemli dönemeçlerinden birini yaşamaktadırlar. Hemen herkes ne zaman, ne olacağını kestiremeye de niçin öyle olduğunu anlamış görünmektedir. Büyük değişimin temelinde, bir yanda sistemli araştırma ve geliştirme çabaları, diğer yanda bilgi sektörünün istihdamdaki payının giderek artması yatmaktadır (Balay, 2004: 77).” Bilgi toplumu çerçevesinde günümüzde yönetimin icra edildiği her alanda değişim çok hızlıdır. Müşteri beklentileri ve rekabet işletmeleri yeni arayışlara yönelmekte ve işletmeler organizasyon yapılarını, üretim ile pazarlama yöntemlerini, yöneticileri ile çalışanlarının sahip olması gereken özellikleri

sürekli yenileyerek ayakta kalmaya çalışmaktadır. Değişimi doğru yöneten, ihtiyaç duyulan bilgiye rakiplerinden önce sahip olan ve bunu amaçları doğrultusunda iyi yöneten organizasyonlar sahip oldukları beyin gücüyle on binlerin hatta milyonların ürettiklerinden fazla değer üretebilmekte ve zenginleşmektedir. Bilginin geleneksel üretim faktörleri olan doğal kaynaklar, emek ve sermayenin yanında dördüncü ama en önemli bir üretim faktörü olduğu artarak kabul edilmektedir.

“Birçok batılı ülkede, Amerika’da olduğu kadar Avrupa’da da kamu yönetimleri, bilişim teknolojilerine büyük ölçekli geçişin başarılı olması için en önemli koşulun üst ve orta düzey yöneticilerin, süreçteki insan unsuruna dikkat ederek ve yeni tekniklerin benimsetilmesinde çağdaş iletişim tekniklerini kullanarak, personelin yeni tekniklerin getireceği yararları duyarlı duruma getirilmesinde ve onların bu sürece katılımlarının teşvik edilmesinde çok etkili rol almaları olduğunu saptamışlar. Bu, kamu yönetiminde üst ve orta düzey yöneticilik tarzının büyük ölçüde dönüşümüyle birlikte yürüyecektir: daha az hiyerarşik ve daha çok katılımcı bir yaklaşım (Cohen, 1989: 89).” Bilgi toplumunda kamu alanında dönüşen bu yöneticilik tarzının olmaz ise olmazı liderlik kavramıdır.

### 3. Kamu Yönetiminde Liderlik

“Örgütlerin bilgi çağında başarılı olabilmesi ve topluma önderlik edebilmesi için bilimsel ölçütlere göre yönetilmesi gerekmektedir. Bu nedenle örgütler öncelikle bilimsel yönetim anlayışına ve bilimsel bilgiye sahip insanlar tarafından yönetilmelidir. Bu amaçla örgütler yönetim yapılarını çağdaş örgütlerde kullanılan insan kaynaklarının yönetimi anlayışına göre yeniden yapılandırılmalıdır. Çünkü her alanda rekabet ortamının geçerli olduğu bilgi toplumlarında, geleneksel yönetim anlayışı ile örgütlerin başarılı olması ve varlıklarını sürdürülebilmesi mümkün görülmemektedir (Buluç, 1998: 788).” Kamu yönetiminde yönetici pozisyonunda olan çalışanların liderlik özelliklerine sahip olmaları hiyerarşinin olumsuz etkilerini azaltmada ve vatandaş (müşteri) ile olan iletişimde olumlu sonuçlar doğuracaktır.

#### 3.1. Liderliğin Tanımı

Liderliğin anahtarı rüyalara sahip olmaktır, başarının anahtarı da rüyaları gerçek yapmaktır. Etkili liderlik başarılı kamu yöneticisi olmak için önemli bir anahtardır. Küresel yarışın sıklığı, kamu yönetiminin değişim ve dönüşüm süreciyle birlikte yönetim modeline geçmeye başlaması, karmaşık yönetim ilişkileri liderliği olmaz ise olmazlardan biri yapmıştır.

İnsanlar kimi zaman yaptıkları işlerde birilerinin yönlendirmesine ve kendi adlarına karar alınmasına gereksinim duyarlar. Bu herkesin her işi yapamayacağı olgusu ile açıklanabilir. Kimi zaman akıl danışılan arkadaşlar vardır. Geçmişte yapılan uygulamalara göre de kararlar oluşturulabilir. Toplumun ortak yararının olduğu konularda da toplumun yönlendirilmeye, ortak bir hedefe odaklandırılmaya ihtiyacı olabilir. Zor koşullar kendini gösterdiğinde çözüm yolunu toplumda ileri gelen rolünü üstlenmiş yakınlar gösterebilir. Büyük işler söz konusu olduğunda da önder gereksinimi belirir. Toprakları işgale uğramış, orduları dağıtılmış, insanları esir edilmiş bir milleti diriltip yeniden bir araya getirmek ve ortak hedefe yönlendirmek kolay bir iş değildir. İflasın eşiğine gelmiş bir şirketi tekrar eski mutlu ve zengin günlerine getirmek etkili bir liderlikle gerçekleştirilebilir. Kişilerin, çalışanların, insanların kalbine seslenmek, onları uğruna mücadele edilmesi gereken değerlere inandırmak kolay değildir. Liderlik özellikli ve belli bir yeteneğin üzerindeki insanların gerçekleştirebileceği bir roldür.

“Liderliğin birçok bilim adamınca değişik tanımları yapılmıştır. Tek bir tanımın doğru olduğu söylenemez. Liderlik kimi zaman yönetmek ve faaliyetleri koordine etmektir, kimi zamansa karizma, enerji, yöntem, yüreklendirme gibi kavramlarla kendini gösteren bir olgudur (Demirbaş, 2005: 27).” “Bu durumda liderliğe, bir grup insanı belirli amaçlar etrafında toplayabilme ve bu amaçları gerçekleştirmek için onları harekete geçirme bilgi ve yeteneklerinin toplamıdır, denilebilir (Eren, 1998: 390).”

Türk tarihinde bu büyük milleti her alanda başarıya kavuşturan birçok lider vardır. Örneğin Ulu Önder Atatürk milletimizin bağrından çıkan gerçek bir liderdir. Günümüzde iş yaşamında da, yönetimin olduğu her yerde işin boyutuna göre liderler vardır. Ama her yönetici liderdir demek doğru değildir. “Liderlik ve yönetim arasında önemli bir fark vardır. Yönetim, bir örgütün süreçleriyle, bunların hatasız ve etkin yürütülmesiyle ilgilidir; liderlik ise örgütün amaçlarıyla ilgilidir. Lider amaca odaklanır. Liderler iyi yöneticilerdir, bu arada ekip ve takım kurarak geleceği yaratırlar. Çevrelerini gözlemlerler, düşünürler, iyi ve doğruyu bulurlar, kararlarını verirler, harekete geçerler ve başarıya ulaşırlar. Öğrenme sürecini asla göz ardı etmezler. Gelişimin sürekli olduğunu unutmazlar, aynı zamanda bildiklerini öğretirler (Sullivan, 1997: 67).”

Yönetim alanında liderlik ile ilgili birçok bilim insanı çeşitli çalışmalar yapmışlar ve bir takım sonuçlara ulaşmışlardır. “Fiedler adlı düşünür liderin görev merkezli veya ilişki (iletişim) merkezli olabileceğini belirtmiştir (Verma, 1996: 216).” Hâlbuki lider hem göreve yönelik hem de çalışan ilişkilerine yönelik olabilir. “Hersey ve Blanchard ise astların olgunluk seviyeleriyle liderlerinden gördükleri davranışların ilişkisini incelemişlerdir. Olgun olan eğitilmiş astlara, olgun olmayan eğitimsiz, yalnızca söyleneni yapan astlara göre liderlerin farklı davrandıklarını ve astlarını yetkilendirmede bu hususa dikkat ettiklerini gözlemlemişlerdir (Eren, 1998: 405).” “Vroom ve Jago da liderin karar verirken belli kurallara dâhilinde karar verdiğini, bu konuda otoriter davranış şekli, biraz otoriter davranış şekli, bire bir danışma şekli, gruba danışma şekli ve uzlaşma davranış şekli olmak üzere beş yöntemin olduğunu belirtmişlerdir (Verma, 1996: 218).” “Otoriter liderin kararları kendisinin verdiğini, çalışanları dinlemediğini, biraz bilgi edinen liderin geniş bilgi almadan belli bilgileri edinerek karar verdiğini, bire bir danışma şeklini uygulayan liderlerin sadece uygun gördükleri yöneticilerle görüş alışverişinde olduklarını, gruba danışma davranış şeklini uygulayan liderlerin tüm çalışanların görüşlerini aldıklarını ve son kararı kendilerinin verdiğini, uzlaşma davranış şeklini benimseyen liderin ise tüm çalışanları çözüm üzerinde uzlaştırdığını ve onların onayını aldıktan sonra kararı verdiğini belirtmişlerdir (Demirbaş, 2005: 35).” Bu konuda çok çalışma olmasına rağmen liderlik anlayışının duruma ve koşullara göre değişiklik göstereceğini ve dinamik bir yönünün olduğunu unutmamak gerekir.

#### 3.2 Liderlik Özellikleri ve Yetenekleri

Liderlik, diğer insanlar için bir vizyon yaratma, vizyonu gerçek yaşama dönüştürme ve devam ettirme gücüne sahip olma sürecidir. Kişisel özellikler ve yeteneklerden elde edilen etkileme gücünü kullanarak lider olunabilir. Ayrıca çeşitli hiyerarşik kademelere göre liderin sahip olması gereken beceri ve özellik miktarı farklı olacaktır. Kamu işletmelerinde kurumsal ve düşünsel özellikler daha fazla üst yönetimlerde görevli liderler için önemlidir. Alt kademe liderleri için ise organizasyon koşullarını iyileştirmede teknik bilgi ve beceri önem kazanmaktadır.

İhtiyaç duyulan beceri ve özellik miktarı	Kurumsal	Kurumsal	Kurumsal
	Yönetsel	Yönetsel	Yönetsel
	Teknik	Teknik	Teknik
	Alt Kademe Yöneticisi	Orta Kademe Yöneticisi	Üst Kademe Yöneticisi

Şekil 3.1. Hiyerarşi Kademeleri ile Liderlerin Sahip Olmaları Gereken Özelliklerin İlişkilerini Gösteren Grafik

Kaynak: Eren, Erol, Yönetim ve Organizasyon, Beta Yayıncılık, 1998, İstanbul, s.396.

Yine de kamu yönetiminde bir lider görev yeri organizasyonda hangi kademe olursa olsun insan ilişkilerinde iyi olmalıdır ve işini çok iyi bilmelidir, takım içinde görev alabilecek seviyede, takım çalışmasına yatkın olmalıdır.

“Etkili liderlerin gösterdikleri bazı özellikler aşağıda belirtilmiştir:

- Esneklik,
- Hırs,
- Zekâ,
- Kararlılık,
- Sosyal çevrenin bilincinde olmak,
- Sorumluluk almada istekli olmak,
- Yaratıcılık,
- Sebatkâr olmak,
- Enerjik olmak,
- Strese dayanabilmek (Verma, 1996: 212).”

Bu özelliklerin bazıları kişilikle ilgili olsa da belli bir eğitim programı izlenerek bu liderlik özellikleri kazanılabilir. Bunun oranları değişik bir araştırma konusuna girer. Her yönetici lider olamaz, liderliği başaramaz. Çok iyi eğitim almış veya çok çalışan bir yönetici çalışanların ruhuna seslenmiyorsa, onları harekete geçirip sinerji yaratamıyorsa liderlikten söz edilemez. Liderlik kişileri süsleyerek oluşturulmaz, zor koşullar liderleri yaratır.

“Eğitim, çalışma ve deneyim yöneticilere başarı için (iyi bir lider olma yolunda) gereksinim duyacağı zorunlu sahip olunması gereken özellikleri kazanmada yardımcı olabilir. Bu yetenekler aşağıdadır:

- Kavramsal yetenekler,
- Sosyal yetenekler,
- Diplomatik yetenekler,
- İletişim yetenekleri,
- Yönetimsel (idari) yetenekler (Verma, 1996: 213).”

“Lider, kendi tarzının farkında olmalıdır. Liderler örgütsel kültürü yaratır, oluşturur, buna karşılık, kültürler gelecek nesil liderlerini oluştururlar. Büyüyen örgütte, kültür oluşumunda ve güçlendirilmesinde görüş ve yetenek sahibi olmalıdır. Açık ve uyumlu mesajlar vermeli, kararlı ve sabırlı olmalıdır. Lider, becerikli bir değişim yöneticisi olmalıdır. Gerekirse, eski kültürel varsayımları barındıran kişilerin görev yerini değiştirmek gibi uç önlemleri alacak otorite ve yetkisi olmalıdır (Öktem, 1993: 115).” Kamu yönetimi gibi vatandaşın beklentilerinin ve devletin gereksinimlerinin hızla değiştiği ve dönüşümün hissedildiği bir yönetim alanında bu noktalar çok önemlidir.

Bu arada Miller’a göre “iş deneyiminin (tecrübesinin) liderlik gelişimi ve etkinliğine olumlu yönde katkısı vardır ve on yıllık bir tecrübe ile bir yıllık bir tecrübe arasında bu konuda önemli bir fark bulunmaktadır (Miller, 2012: 4).” Çalışma hayatında zorluklarla karşılaşıldıkça kazanılan tecrübe zamanla hata yapmamayı ve doğru kararlar vermeyi öğretmekte, bir anlamda lider adayına değer kazandırmaktadır.

Belirtmek gerekir ki; çalışanları yüreklendirmek, çalışan amaçları ile organizasyon amaçlarını örtüştürmek önem kazanmaktadır. Unutulmamalıdır ki; “verimliliğin öneminin giderek arttığı ülkelerde, motivasyon ve verimliliği artıran tek faktör olmamakla birlikte mutlak etkili bir faktör konumundadır (Ölçer, 2005: 20).”

### 3.3. Liderlik Prensipleri

Liderlik prensiplerini liderlik özellikleriyle ve davranışlarıyla birlikte izlemek ve uygulamak kamu yöneticilerini organizasyon çalışanlarının, diğer yöneticilerin ve üst yönetimin gözünde daha iyi bir konuma getirecektir.

“Bu prensipler bir yönetimin teknik, kavramsal ve insani boyutlarıyla açıklanabilir (Verma, 1996: 213)”:

- Bir vizyona ve bu vizyonu gerçekleştirmeye yönelik cesarete ve bağlılığa sahip olma,
- Teknik yeterlilikleri geliştirme,
- Kendini iyi tanıma ve bireysel gelişimi sağlama,
- Takım üyelerini tanıma ve kontrol etme (Kamu yönetiminde gerçekleştirilen projelerin takım çalışması mantığıyla gerçekleştirildiği düşünülmüştür.),
- Etkin bir iletişim kurma ve insanları bilgilendirme,
- Uzun dönemli verimliliği sağlama,
- Takım çalışmasını özendirme ve katılımı sağlama,
- Kusursuz ve zamanında kararlar almak,
- Takım üyelerini yetkilendirmek,
- Yeteneklerini ustalıkla kullanmak,
- Etkili bir dinleyici olmak ve yeni düşünceleri dinlemek, cesaretlendirmek,
- Yararlı bir geri besleme verebilme,
- Sorumluluk almaya istekli olmak ve sorumluluğu yerine getirmek.

### 3.4. Liderlik Koşulları

“Maxwell liderliğin belli koşullardan oluştuğunu ve bu koşulların öğrenilebileceğini, koşulların liderliğin temeli olduğunu belirtmektedir. Koşullar kesin olan, değiştirilmesi zor olan kurallar bütünüdür (Maxwell, 1999: 5).” Kamu çalışanlarının birer takım üyesi olarak görülmesi ve yöneticilerin bu takımın lideri olmaları gerektiğinden hareketle kamu yöneticisine de bu koşullarla birlikte yeni bir anlayış getirilebilir. Maxwell’in liderlik koşulları özetle, geniş ufuk, etkileme, süreç, denizcilik, iletişim, sağlam



zemin, saygı, sevgi, çekim gücü, bağlantı kurma, iç çember, yetki verme, yeniden üretim, ortaklık, zafer, büyük an, öncelikler, özveri, zamanlama, büyük gelişim ve miras koşullarıdır (Maxwell, 1999: 5).

Maxwell'in liderlik koşullarını kamu yönetimine uyarladığımızda aşağıdaki sonuçlara ulaşılabilir:

- Kamu yönetimde lider büyük düşünmelidir.
- Kamu yönetimde lider takım üyelerini etkilemelidir.
- Kamu yönetimde lider süreci iyi yönetmelidir.
- Atılacak adımları kamu yönetimde lider önceden plânlamalıdır.
- Kamu yönetimde lider sözünü dinletmelidir.
- Kamu yönetimde lider güvenilir olmak zorundadır.
- Kamu yönetimde lider takım üyeleri üzerinde saygınlık uyandırmalıdır.
- Kamu yönetimde lider güçlü sezgilere sahip olmalıdır.
- Kamu yönetimde lider takımının çekim merkezidir.
- Kamu yönetimde lider gereksinim duyulduğunu hissederek ve yardım eder. Kalbini kullanır.
- Kamu yönetimde lider takım üyelerinin gücünden güç alır. Gücünü artırır.
- Kamu yönetimde lider yetki vererek takım üyelerine güvendiğini gösterir, onlar rakip değil ortaktırlar. Yüksek derecede güvenmelidir.
- Kamu yönetimde lider önceki kamu liderlerinin yönetici, lider adayıdır.
- İnsanlar tanıdıkları ve güvendikleri insanlarla, aynı yolda olmak isterler. Bu kamu için de geçerlidir.
- Kamu yönetimde lider ne yapıp eder takımıyla birlikte görevleri başarılı bir şekilde yerine getirir.
- Kritik durumlarda verilecek iyi bir karar başarıyı getirir. Kamu yönetimde lider ne yaparsa başarı gelecek, ne yapmaz ise başarıyı etkilemeyecek bilir.
- Kamu yönetimde lider koşullara göre personelini kendine tercih edebilmelidir.
- Zaman yönetimi konusunda kamu lideri uzman olmalıdır.
- Kamu yönetimde liderler yerlerini doldurabilecek liderleri yaratabilmelidir.
- Kamu yönetimde liderler görev süresi bittiğinde gerçekten iyi bir hatıra bırakmalıdır.
- Kamu yönetiminin lideri iyi bir lider yetiştirmelidir. İnsanların ömrünün sonunda bırakacağı dikili ve verimli bir ağacı olmalıdır. Miras isim olabileceği gibi, kamu kurumunda kurulan sistem ve anlayış da olabilir.

### 3.5. Liderlik Yaklaşımları

Liderlik seviyesini artırmak ve lider olabilmek için bir çok kuram ortaya atılmıştır, bu konuda bir çok düşünce ileri sürülmüştür. Liderlik takım üyelerini amaca doğru yönlendirmede bir etkileme sürecidir. Lider olmada izlenmesi gereken bir çok yol vardır. Bu konuda çeşitli yaklaşımlar söz konusudur.

“Aşağıda liderliği açıklayan beş genel yaklaşım anlatılmıştır.

- Kişisel özellik yaklaşımı,
- Davranışçı yaklaşım,
- Durumsallık yaklaşımı,
- Doğal liderlik yaklaşımı,
- Etkileyici (karizmatik) liderlik yaklaşımı (Verma, 1996: 213).”

### 3.5.1. Kişisel Özellikler Yaklaşımı

Kişisel özellikler yaklaşımında liderliğin kişisel özelliklerle doğru orantılı olduğu, lider olmada kişisel özelliklerin önemli olduğu vurgulanmaktadır. Örneğin teknik ve yönetsel zeka seviyesi, kişisel olgunluk ve ilgi sahasının genişliği, iç motivasyonun sağlam olması ve hedef odaklı olma, takım üyelerinin değerlerine ve gereksinimlerine saygılı olma, analiz ve sentez yapabilme yeteneği, iyi iletişim kurabilme gibi kişisel özellikler liderlik seviyesini belirler.

Fakat bu yaklaşımın kesin olmadığı, çok zeki ve yetenekli olmasına rağmen, etkileyici olamayan ve liderlik yapamayan örneklerle tartışmaya açıktır. Kamu yönetimde de teknik yeteneklere fazlasıyla sahip ve iyi bir eğitim, öğrenim geçmişine sahip olmasına rağmen çalışanlarını etkileyemeyen yönetici örneklerine rastlanabilmektedir.

### 3.5.2. Davranışçı Yaklaşım

Davranışsal yaklaşım liderliği kişisel özelliklerle ilgili değil faaliyetlerle inceler, açıklar. Onların ne yaptıklarıyla ve işleri nasıl yaptıklarıyla ilgilenir. Davranışsal yaklaşımın iki boyutu vardır. Göreve yönelik boyutu ve ilişkilerle ilgili boyutu. Göreve yönelik boyutta yapılan, başarılı işin kalitesi ve miktarı üzerine odaklanma vardır. İlişkiler boyutunda ise takım üyelerini destekleme ve ortak hedefe yönlendirme, kişisel tatmini sağlama, ödüllendirme, tanınma gibi kişisel hedeflere yardımcı olma, çalışanları mutlu kılma, çalışanları yaratıcı olmaya teşvik etme ve pozitif takviye, güçlendirme söz konusudur.

Kamu yönetimde liderlerin özellikle çalışanlarını destekleme ve takdir etme konularında idarenin kendilerine verdiği anayasal bir yetki olan “takdir yetkisi”ni suiistimal ederek taraflı davranmaması gerekir. Davranışlarda ve kararlarda tarafsız davranılarak doğru işleri yapan ve organizasyonu geliştiren, değer yaratmaların ön plana çıkarılması gerekir.

### 3.5.3. Durumsallık Yaklaşımı

“Durumsallık yaklaşımına göre liderin davranışlarını etkileyen dört farklı kavram vardır:

1. Takım liderinin kişisel özellikleri,
2. Takım üyelerinin kişisel özellikleri,
3. Takımın özellikleri,
4. Organizasyonun, bölümün ve takımın yapısı (Verma, 1996: 214).”

Bu kavramlar liderin davranışlarını etkiler. Liderlik süreci karmaşık bir süreçtir. Bu konuda genelleme yapılamaz. Liderliğin olabilmesi lidere bağlı olduğu kadar diğer bileşenlere de bağlıdır. Örneğin demokratik bir yönetici çalışanlar arasında lider gözüyle görülebilir demek bazen doğru olmayabilir. Çalışanlar yöneticilerinde farklı özellikler arayabilir.

Kamu yönetiminin çok farklı alanlarda icra edilmesi ihtiyaç duyulan lider tipini de farklılaştıracaktır. Hiyerarşinin çok önemli olduğu bir organizasyon ile akademik faaliyetlerin, araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin önemli olduğu bir organizasyonun ihtiyaç duyduğu lider tipi farklı olacaktır.

### 3.5.4. Doğal Liderlik Yaklaşımı

Liderliği neden-sonuç ilişkileri ile açıklar. Doğal koşullar lideri yaratır. Etkili liderler doğru nedenleri teşhis eder ve doğruyu uygular. Uygulamada lider kendini belli eder.

Kamu yönetimi alanında da gerçekten kapsamlı bir sorunun içinden kimsenin çıkamadığı durumlarda ortaya çıkan ve soruna sağlıklı bir yaklaşımla yaklaşım, teşhisi yerinde yapıp sorunu çözüme kavuşturan lider örnekleri mevcuttur.

### **3.5.5. Karizmatik Liderlik Yaklaşımı**

Karizmatik liderlik yaklaşımı doğal liderliğin bir uzantısı gibi düşünülebilir. Karizmatik lider geniş bir vizyona sahiptir. Yeni fırsatlar yaratır ve değişimi olumlu yönlendirir. Takım üyelerinin gelişimini sağlar. Onları etkiler ve davranışlarını kontrol eder. Bu tip liderlerde üstün bir güven duygusu vardır. Ne yapmaları gerektiğini, ne yapmamaları gerektiğini iyi bilirler. Yüksek bir manevi güçleri vardır.

“Karizmatik liderler ekonomik, sosyal, politik gerilim anlarında öne fırlarlar. Yerleşik değerler sorgulandığında ya da reddedildiğinde, geçmiş geleneklerden hoşnutsuzluk acı verici bir hal aldığına, işleri yapmanın yolları iflas ettiğinde, radikal değişim arzusu doğduğunda ya da felâket tehdidi olduğunda belirirler. Karizmatik liderler var olan olanaksız durumdan kurtuluş vaadini taşıyan bir mesaj ve bir program getirirler (Werner, 1993: 32).”

Karizmatik liderler dönüştürücü liderler olarak ta isimlendirilirler. Takım üyelerini yüksek bir manevi duyguyla başarıya yönlendirirler ve organizasyon hedeflerini gerçekleştirirler. İletişimcidirler ve parlak vizyonları sayesinde hedefleri iyi belirlerler. Yeni bir vizyon yaratırlar. Bir anlamda değişim mühendisidirler. Organizasyon çalışanlarının hedefleri ile yönetimin hedefini örtüşürürler.

Kamu kurumlarının hantal yapısını, yeni teknolojiyi ve bilgi sistemlerini kullanarak çağdaş hale getiren liderler bu özelliklere sahip karizmatik liderlerdir.

Bu liderlik yaklaşımlarının doğru kabul edildiği ortamlar vardır. Doğru kabul edilmediği ortamlar da vardır. Bunlar işletmenin yapısına, organizasyon kültürüne ve çalışanların, yöneticilerin kültürüne, değer yargılarına göre değişebilir. Yine günümüzde geçmişle bu günü birleştiren transaksyonel liderlik anlayışı ile bu günle geleceği birleştiren tranformasyonel (dönüştürücü) liderlik anlayışı vardır. Transaksyonel liderler geçmişteki yararlı işleri devam ettirirler ve bunları geleceğe aktarırlar. Günümüze uyarlarlar. Dönüştürücü liderler ise astlarının yeteneklerini görüp onları geleceğe ve hedeflere yönlendirirler, ileri görüşlülükler, ufuk ötesini görürler.

## **SONUÇ**

Liderlik dinamik bir süreçtir ve belirli bir tanımını yapmak zordur. “Genel bir tanım olarak liderlik; işleri kişilerin saygısını kazanarak, onların rızası ile onların güvenini sağlayarak, adaletli olarak yaptırabilmektir (Verma, 1996: 220).”

Saygınlık ve güven duygusu liderlik için kritik sözcüklerdir. Zorlama ve baskı liderlikte kullanılamaz. Liderlikte bir grup çalışanı, insanı etkilemek, onları hedefe yönlendirmek, onların amacı ile organizasyonun amacını örtüşürmek, takım haline getirmek anlayış olarak kabul edilmiştir.

“İdari anlamda liderlik organizasyonu, çevresiyle birlikte özellikle makro seviyede gerekli değişimi gerçekleştirerek ve uygun bir organizasyon kültürü yaratarak dengeleme, yola getirme sürecidir. Bir anlamda “büyük resmi” görebilmektir (Montgom-

ery, 2003: 221).”

Bir lider takımında demokratik yöntemleri kullanarak çalışanların güçlerini çoğaltır diğer bir ifadeyle sinerji yaratır, takım gücü oluşturur. Lider diğer çalışanlar üzerinde baskın olan biri değildir. Kamu lideri gerçekleştirilen projelerin yaşam döngüsü içerisinde diğer takım elemanlarına destek sağlayan, onlara bilgi veren, zor anlarda yönlendirme yapan ve çalışanları teşvik edip moral verendir.

Liderlik ile yöneticilik aynı kavramlar değildir. Bazı yöneticiler aynı zamanda liderdirler, bazı liderler de yöneticidirler ama her yönetici aynı zamanda liderdir demek doğru olmaz. Liderlik etmek ile yönetmek aynı kavramlar değildir. Yöneticilik insan ilişkilerini kapsadığı gibi davranışsal olmayan özellikleri de kapsar. Liderlik ise davranışlarla icra edilir.

Kamu çevresinde elbette bütün kamu yöneticileri aynı zamanda liderdir demek doğru olmaz fakat kamu yönetiminde özellikle takım olarak hareket etme ve takım olarak çalışma durumu kamu yöneticilerine liderlik özelliği kazandırma da çok etkilidir. Kamuda gerçekleştirilen projeler bir grup, bir takım olarak ele alındığından, sorunlar proje takımlarıyla çözüme kavuşturulduğundan burada yönetici olanların strateji geliştirme, amaçları ve hedefleri belirleme gibi görevleri de başarıyla gerçekleştirmeleri gerekir. Bu da iyi bir liderlik ile olur. Kısaca bir kamu yöneticisi aynı zamanda lider olmalıdır denilebilir. Çünkü sorun çözecek ve verimliliği elde edecek takımı oluşturmak ve hedefe yönlendirmek, görev bölümü yapma kontrolü sağlamak basit bir yönetimle gerçekleştirilemez. Etkin bir liderlik ile başarılı olunur.

Lider takım içinde arkadaşlık duygusunu geliştirir, karşılıklı güveni en üst seviyeye çıkararak, takım üyelerinin en yüksek performans ile çalışmasını sağlar ve çalışılabilir bir kurumsal ortam yaratır. Takım ruhunu yaratmak çok önemlidir. Yönetimde kullanılan karar verme, organize etme, plânlama gibi fonksiyonlar kamu yönetiminde çoğu zaman değişik kültürlerden gelen çalışanları yönlendirmede önem kazanır. Herkesi ortak değerlerde buluşturmak iyi bir liderin sayesinde olur. Liderin çalışanları yüreklendirmesi yönetim fonksiyonlarının gerçekleştirilmesini hızlandırır.

“Liderlikten yoksun yöneticilik uygulamaları; önce astlara, sonra kuruma ve dolayısıyla yönetimin çevresindeki tüm faktörlere zarar vermektedir (Özsalmanlı, 2005: 145).”

Liderin ve yöneticinin özellikle odaklandığı konular çizelgede belirtilmiştir. Liderler etkin olmaya odaklanırken yöneticiler verimliliğe odaklanmışlardır. Önemli olan çalışanlara ortak hedefleri iyi anlatmak ve onları motive ederek her alandaki çıktıyı başarılı bir şekilde görmektir. Takım ruhu için liderlik vazgeçilmez bir özelliktir. Yöneticilik ve liderlik gerekirse senteze ulaşmalıdır.

### **Çizelge 4.1. Lider Mi Yönetici Mi?**

Kaynak: Vijay K. Verma and R. M. Wideman, Project Manager to Project Leader? (Kamu Yönetimine Uyarlanmıştır.), Project Management Institute, 1994, s. 627-633.

**Lider Mi Yönetici Mi?**

<u>Liderin odaklandığı konular</u>	<u>Yöneticinin odaklandığı konular</u>
Vizyon	Hedefler
Ne üretiyoruz/sunuyoruz ve niçin satıyoruz?	Nasıl ve ne zaman olduğunu anlatmak
Uzun menzil	Kısa menzil
İnsanlar	Organizasyon ve yapısı
Demokrasi	Otokrasi
Olanak tanıma	Engellemek
Geliştirme	Sürdürmek(var olan düzeni)
Meydan okuma	Uymak(itaat)
Yaratıcılık	Taklitçilik(örnek alma)
Yenilikçilik	İdarecilik
Politika	Kurallar
Esneklik	Kararlılık
Risk(fırsatları bulma)	Risk(tehlikeden kaçınma)
Tepe noktası	Dip Nokta

**İyi liderler doğru işleri yaparlar - İyi yöneticiler işleri doğru yaparlar.**

“Hızla değişim yaşanan yönetim bilimi alanında, özel kesim örgütlenmelerini olduğu kadar kamu yönetimini de zorlayan gelişmeler, özellikle bilgi teknolojilerinin gelişimine uyarlanabilen, etkileşime açık ve duyarlı yaklaşımlar gerektirmektedir (Öktem ve Yıldız, 2002: 1).”

“Kamu kesiminde gelişimin sağlanması için verimliliğin artırılmasını hedefleyen, süreçleri iyileştirmeye yönelik, sorumluluk-yetki ve azami katılım ilkelerini yönetsel sürecin işlevleri haline getiren, performans odaklı, toplumsal kalite anlayışını ön planda tutan bir dönüşümün hayata geçirilmesi gerekli hale gelmiştir (Aydın ve Öktem, 2009: 140).”

“Kamuda ekonomik etkinliği azaltan diğer nedenlerin yanı sıra iş süreçlerinde etkinliğin sağlanamaması, kamu tarafından yaratılan katma değer düşük olmasının önemli bir nedenidir (DPT BT Stratejisi, 2006: 13).”

Yukarıda belirtilen görüşlerden yola çıkılarak; var olan verimlilik sorunu, katma değer yaratma sorunu, bilgiyi etkin kullanma ve gereğini yapma sorunu, dönüşümü yönetme sorunu gibi birçok konuyu çözüme kavuşturmak ve kamu yönetimini geleceğe hazırlamak amacıyla çeşitli pozisyonlarda görevli olan yöneticilerin liderlik özelliklerine sahip olmaları ve değişimi yönetebilmeleri konuları önem kazanmaktadır.

Genel bir düşünceyle kamu yönetiminde de iyi bir lider vizyon sahibi olarak belirir. Ufuk ötesini görebilenler lider olabilirler. Lider yönetici organizasyonunu iyi tanır, olanaklarını iyi tahlil eder ve başarıya ulaşmak için kaynaklarını en etkin şekilde kullanmayı bilir.

“Liderlik, doğru unvana sahip olmaktan ibaret değildir. Büyük bir işyerinde veya projede prestijli bir konuma sahip olmak yetmez. Liderliğin sorumluluklarını üstlenebilmek için bazı kişisel özelliklere sahip olmak gerekir. Bunlardan ilki tutkudur. Çıkkılan

yolculuğa ve varılacak yere kendini adamamış bir lideri kimse izlemez (Hammer, 1995: 27).”

Kamu yönetiminde lider gerçekleştirilecek projelerin ismini duyunca heyecanlanmalı ve takım üyelerine bu heyecanı verebilmelidir. Kamu yönetiminde liderlik diğer kişileri, takım üyelerini etkilemeyi ve onları hedefe yönlendirmeyi gerektirir. Bu yolda bir beceri ister.

Bu liderlik aşağıdaki gereksinimleri (Verma, 1996: 220) aklı getirir:

- Varılacak yeri önceden görebilme (kamu hedefleri),
- Oraya gitmek için (hedefe) açıklanabilir, zorunlu bir neden,
- Yapılacaklarla ilgili genel bir istikamet ve gerçekçi bir zamanlama (zamanlamayı ve bütçeyi kapsayacak şekilde yönetim plâni),
- İstekli bir takımı etkileyebilecek bir kapasite ve bu takımı çalıştırabilme (takım çalışmasını beslemek ve geliştirmek).

Kamu kurumlarında liderin nasıl olması gerektiği de diğer liderlik tanımları göz önünde bulundurularak aşağıdaki gibi belirtilebilir:

- Etkili bir kamu yönetiminde lider çok iyi bir iletişimci olmalıdır.
- Zor anlarda stresi en aza indirmeli, olaylara sakinlikle, soğukkanlılıkla yanıt verebilmeli ve esnek olmalıdır.
- Başarılı kamu liderleri takımlarıyla birlikte başarılı olurlar, ortak hareketle başarıyı yakalarlar.
- İyi kamu liderleri özel ikna ve etkileme taktiklerine sahiptirler, çevrelerini bu sayede çok iyi yönlendirirler, etkilerler. Çizelge 4.2. Kamu Liderliği

**Kaynak: \*Verma, Vijay K., The Human Aspects of Project Management (Kamu Yönetimine Uyarlanmıştır), PMI Inc., 1996, USA., s.220.**

Çalışanları ve hizmet götürüleni (müşteriyi) dinle.*
Çalışanların kalbine hükmet ve onları cesaretlendir, teşvik et.*
Gerçek bir takım gibi davran ve yüksek performansı hedefle.*
Önünü iyi gör daha da önemlisi geleceği de gör.*
Kamu yararını gözet.
Etkin olmaya odaklan.
Sosyalleşmeyi ihmal etme.
Kaliteden ödün verme ve çevrene kaliteyi götür.*
Değişime ve yeniliklere önem ver.
Çalışanları ötekileştirme, yüreklendir.
Devletini ve vatandaşını sev, saygı duy.
<u>Politika</u>
Esneklik
Risk(fırsatları bulma)
Tepe noktası

“İşgörenler, yaptıkları iş veya iş ortamlarından memnun oldukları ölçüde verimli çalışırlar. Bu nedenle, yöneticiler işgörenlerin salt ekonomik ve sosyal gereksinmelerini değil, aynı zamanda psikolojik gereksinmelerini de karşılamaya çalışmalıdırlar (Öğüt, 2004: 286).”

## **İyi bir liderin kim olduğu önemli değil, ne yaptığı önemlidir.**

Yeni kamu yönetimi ve yönetim kavramlarının tartışıldığı günümüzde işleri doğru yapmak yerine doğru işleri tespit edip yapmak önem kazanmaktadır. Bilgi toplumu çerçevesinde bilgiyi, değişimi ve organizasyonu yönetebilmek için, doğru işleri yapmak için "liderlik" önemli bir araçtır.

## **KAYNAKLAR**

Aydın, Ercüment, Öktem, M.K., Türk Kamu Yönetiminde İnsan Kaynakları Bilgi Sistemi Üzerine, Sosyo-ekonomi Dergisi, 2009-1.

Balay, Refik, Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve Eğitim, AÜ Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, Cilt 37, Sayı 2, 2004.

Bilgi Toplumu Stratejisi(2006-2010), Devlet Planlama Teşkilatı, 2006.

Buluç, Bekir, Bilgi Çağında İnsan Kaynakları Yönetiminin Temel Bileşenleri, Yeni Türkiye Dergisi, 4(19), 1998.

Cleveland, Harlan, The Twilight of Hierarchy: Speculations on the Global Information Society, Public Administration Review, Vol.45, No. 1 (Jan.-Feb., 1985), s.188.

Cohen, Jean-Claude, Pons, Martine, Kamu Yönetiminde Ofis Teknolojileri Üzerine, Amme İdaresi Dergisi(Çeviren: M.K. Öktem), Cilt 22, Sayı 2, 1989'dan ayrı bası, Ankara.

Demirbaş, Altan, TSK Kuruluşunda Bulunan Fabrika ve Benzeri Birimlerde Uygulanan Proje Takım Liderliği ile Sivil Organizasyonlarda Uygulanan Proje Takım Liderliğinin Karşılaştırılması ve İhtiyaçların Belirlenmesi, Hava Harp Okulu Yüksek Lisans Tezi, 2005, İstanbul.

Eren, Erol, Yönetim ve Organizasyon, Beta Yayıncılık, 1998, İstanbul.

Eren, Veysel, Durna, Ufuk, Kamu Hizmetlerinin Daha İyi Görülebilmesi İçin Alternatif Bir Yönetim Yaklaşımı: Elektronik Devlet, İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, Nu: 32, 2005, İstanbul.

Giritli, İsmet ve diğerleri, İdare Hukuku, Der Yayınları, 2011, İstanbul.

Hammer, Michael ve diğerleri, Değişim Mühendisliği Devrimi(çeviren: Sinem Gül), Sabah Yayınları, 1995, İstanbul.

Leblebici, Doğan N., 21. Yüzyılın Liderlik Anlayışına Bakış, C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, 2008, Cilt:32 Nu:1, s.61.

Maxwell, John, Liderlik Yasaları(çeviren: İbrahim Şener) (Kamu Yönetimine Uyarlanmıştır), Beyaz Yayınları, 1999, İstanbul.

Miller, P., Leader Development- what we know and where to now, Singapore Management Review, Asia-Pacific Journal of Management Theory and Practice, vol.34, no.1, 2012.

Montgomery, Van Wart, Public-Sector Leadership Theory: An Assessment, Public Administration Review, Vol.63, No.2, 2003, s.221.

Öğüt, Adem vd., Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi Bağlamında Örgütlerde İşgören Motivasyonu Süreci, www.sosyalbil.selcuk.edu.tr.

Öktem, M.Kemal, Güdüleme Kuramları ve Yetişen Kamu Yöneticilerimiz, Amme İdaresi Dergisi, Cilt 24, Sayı 3, 1991, Ankara.

Öktem, M.Kemal, Örgütsel Önderlik, Amme İdaresi Dergisi, Cilt 26, Sayı 2, 1993, Ankara.

Öktem, M.Kemal, Seçkiner, Ezgi, Bilgi Toplumu ve Kamu Yönetimi Bağlamında Bireyin Yeri: Vatandaş mı Tüketici mi?, H.Ü. Tüketici-Pazar-Araştırma-Danışma Test ve Eğitim Merkezi Tüketici Yazıları(2), 2010.

Öktem, M.Kemal ve Yıldız, Mete, Kamu Yönetimi ve Bilgi

Teknolojileri, SÜ Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, Cilt 5, Sayı 2, 2002.

Ölçer, Ferit, Departmanlı Mağazalarda Motivasyon Üzerine Bir Araştırma, Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi, Sayı 25, 2005.

Özer, M.Akif, Günümüzün Yükselen Değeri: Yeni Kamu Yönetimi, Sayıştay Dergisi, sayı:59.

Özsalmanlı, Ayşe Yıldız, Türkiye'de Kamu Yönetiminde Liderlik ve Lider Yöneticilik, Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2005.

Pekgözlü, İpek, e-Devlet Projelerinin Yönetilmesi: PolNet Projesi Örneği, Sosyo Ekonomi Dergisi, 2012-1 Ocak-Haziran.

Sullivan, Gordon ve diğerleri, Umut Bir Yöntem Olamaz (çeviren: Ayşe Bilge Dicleli), Boyner Holding Yayınları, 1997, İstanbul.

Tonta, Yaşar, Bilgi Toplumu ve Bilgi Teknolojisi, İ.Ü. İşletme Fakültesi Bilgi Toplumu ve Hizmetleri Paneli, 1999, İstanbul.

Verma, Vijay K., The Human Aspects of Project Management (Kamu Yönetimine Uyarlanmıştır), PMI Inc., 1996, USA.

Vijay K. Verma and R. M. Wideman, Project Manager to Project Leader? (Kamu Yönetimine Uyarlanmıştır), Project Management Institute, 1994.

www.bilgitoplumu.gov.tr, E-Dönüşüm Türkiye Projesi, 2010.

Werner, Isabel, Liderlik ve Yönetim (çeviren: Vedat Üner), Rota Yayıncılık, 1993, İstanbul.

# NAHÇIVAN'DAKİ SON TUNÇ-ERKEN DEMİR ÇAĞI YERLEŞİMLERİNDE BULUNMUŞ SİLAHLAR

Dr. TOGRUL HALİLOV\*

## ÖZET

*Makalede, Nahçıvan'daki Son Tunç-Erken Demir Çağı yerleşimlerinde bulunmuş silahlar araştırılmış ve arkeolojik malzeme biçim ve özellikleri esas alınarak gruplandırılmıştır. Nahçıvan'da Son Tunç Çağ-Erken Demir Çağ sürecine tarihlenen yerleşimlerden ele geçen ok, hançer ve mızrak uçlarından oluşan buluntu gruplarının Azerbaycan'ın Hocalı-Gedebey kültürel sürecine özgü özellikler gösterdiği tespit edilmiştir. Hançerlerin bazıları Orta doğu kültürüne aittir.*

*Anahtar Sözlükler: Hançerler, ok ve mızrak uçları, Ön Asya kültürü, Hocalı Gedebey.*

## THE ARMS DISCOVERED IN THE MONUMENT OF EPOCH LATE BRONZE EARLY IRON AGE IN THE NAKHCHIVAN

## ABSTRACT

*In the article arms discovered in the monument of epochlatebronze-early ironage in the Nakhchivan is studied. The search aeological materials are classified by form and specialty. It is defined that daggers, arrow and spear heads founded in archaeological monument belong to epochlate bronze-early ironage in the Nakhchivan have got peculiarity of culture of Khojali-Gadabay in Azerbaijan. Some of daggers belong to culture Near East.*

*Key Words: daggers, arrow and spear, culture Fore Asia, Khojali Gadabay*

## GİRİŞ:

Nahçıvan Özerk Cumhuriyetindeki Son Tunç-Erken Demir Çağı (M.Ö. II binyılın sonu-I binyılın öncesi(M.Ö. XIV-VIII yüzyıllar) yerleşimlerinin öğrenilmesi maddi ve manevi kültürümüzle ilgili önemlidir. Nahçıvan'daki Son Tunç Çağ-Erken Demir Çağ sürecine tarihlenen yerleşimlerde bulunmuş arkeolojik malzemeler kil kaplardan, süs eşyalardan, iş aletlerinden ve diğer maddi kültür örneklerden ibarettir. Bulunan arkeolojik malzemelerden bir grubu silahtır. Silahlar hançerlerden, ok ve mızrak uçlarından ibarettir. Bulunan arkeolojik malzemelerin her biri kendine özgü özelliğe sahiptir, biçim ve özelliklerine göre birbirinden farklıdır.

## HANÇERLER

Nahçıvan'daki Son Tunç-Erken Demir Çağına ait yerleşimlerde bulunmuş tunç hançerler formca dört ana gruba ayrılmaktadır.

Birinci gruba kabzası yassı, üçgen biçimli namlu, omurgası kabarik hançerler dâhildir. Bunların namlusu düz yapılmış, ucu inceltiştir. Bazılarının kısa kabzasında bir delik açılmıştır (tab. I, 1, 2). Bu grup hançerler Kolanı, Kızılburun, Hakkıhlık nekropollerinde bulunmuştur (Novruzlu, Bahşaliyev, 1992: 57, 65, Bahşaliyev, 2002: 42). Şunlar biçim ve özelliklerine göre Şamhor, Gedebey (Pokrebova, 1977: 82), Ganceçay (Nerimanov, 1958: tab. XIII, 17, s. 101), Mingeçevir (Kaziyev, 1951: 15, Aslanov, Vaidov, İone, 1959; tab. XIII) ve Güney Kafkasya'daki diğer yerleşimlerde (Pokrebova, 1977: 34-35; Markovin, Mungaev, 2003: 74, 74) bulunmuş hançerlerle benzerlik teşkil etmektedir.

İkinci gruba kabzası ile başlığı ayrı ayrı yapılmış hançerler dâhildir (tab. I, 3). Bu gruba dâhil olan hançerler Kolanı nekropolünde bulunmuştur (Novruzlu, Bahşaliyev, 1992: 65). Hançerlerin hepsinin üçgen biçimli namluyu birinci grup hançerler gibi omurgasında kabartmalıdır, kısa kabzasında bir delik açılmıştır. Ağız kenarları düz, ucu sivri ve inceltilerek yapılmıştır. İkinci grup hançerlerin benzerleri Hanlarda (Nerimanov, 1958: 91), Mingeçevirden (Aslanov, Vaidov, İone, 1959:tab. XIV, 4, 6, 8, 9) ve Hocalı-Gedebey kültürüne ait diğer yerleşimlerde (Avşarova, 2007: 22-23) bulunmuştur.

Üçüncü gruba kabzası ve başlığı komple biçimde dökülmüş boru kabzalı hançerler dâhildir. Bunların kabzasının ortası dikdörtgen biçimli kabartmalıdır, ucu sivri, ağzı keskin ve inceltilerek yapılmıştır (tab. I, 4, 5, 6, 7, 8). Muncuklutepe (Aslanov, İbraqimov, Kaşkay: 2003,26, 34), Kolanı (Novruzlu, Bahşaliyev, 1992: 65), Boyahmed (Novruzlu, Bahşaliyev, 1993:22), Kumluk (Bahşaliyev,2006: 81-85) nekropollerinde bu türlü hançerler bulunmuştur. Bu arkeolojik malzemelerin benzerleri Hocalı-Gedebey kültürüne ait Hanlar (Nerimanov, 1958: 91), Mingeçevir (Aslanov, Vaidov, İone, 1959: tab. XIV, 4, 6, 8, 9) ve diğer yerleşimlerde (Avşarova, 2007: 22-23) bulunmuştur. Nahçıvan'daki Son Tunç-Erken Demir Çağına ait yerleşimlerde bulunmuş şu gruba dâhil olan hançerler ikinci grup hançerler kimi konik biçimli başlıklı yapılmasına rağmen kendine mahsus yerel özellikler taşımaktadır.

Kolanı nekropolünde bulunmuş hançerin yaprak biçimli namluyu kabzasına birleşik bölümde dörtgen formada kalınlaştırılmıştır (tab. I, 4). (Novruzlu, Bahşaliyev, 1992: 65). Kolanı nekropolü Şahbuz ilçesinin Kolanı köyünde yer almaktadır. İlk kez 1986 yılında tespit edilmiştir. 1986-1989 yıllarında nekropolde 16 taş kutu tipli kabir araştırılmıştır. Kabirlerden M.Ö. II.-I. binyıla ait insan iskeleti, kil kaplar, silahlar, süs eşyaları ve diğer arkeolojik

\*AMEA Nahçıvan Bölümü. email:x.toqrul@gmail.com

malzemeler bulunmuştur.

Muncuklutepe nekropolünde bulunmuş hançerin birinin kabzası tamamen basittir (tab. I, 5) (Aslanov, İbrahimov, Kaşkay: 2003, 26, 34). Muncuklutepe nekropolü Ordubad ilçesinin Sabirkend ve Kelenterkend köylerinin yakınlarında yer almaktadır. Nekropol ilk kez K.M. Aslanov tarafından araştırılmıştır. Sonraki dönemde orada B.İ. İbrahimli tarafından araştırmalar yapılmıştır. Araştırma sırasında nekropolde 33 kabir araştırılmıştır. Kabirlerden M.Ö. VIII.-VI. yüzyıllara ait insan iskeleti, kil kaplar, süs eşyaları, silahlar ve diğer arkeolojik malzemeler bulunmuştur.

Kumluk nekropolünde bulunmuş bu gruba giren hançerlerden birinin konik biçimli başlığının yukarısı ve aşağısı üçgenler oluşan ağlarla bezenmiştir (tab. I, 6). Diğer hançerin başlığının yukarısı nakışsız, başlığın gövdesi ise üçgenlerle nakışlıdır (tab. I, 7) (Bahşaliyev, 2006: 81-85; Halilov, 2008: 117-121).

Kumluk nekropolü Ordubad ilçesinin Bist köyü arazisinde yer almaktadır. Nekropol ilk kez 2005 yılında V.B. Bahşaliyev'in yönetimi ile tarafımızdan tespit edilmiştir. Nekropolün araştırılması sonraki dönemlerde de tarafımızdan devam ettirilmiştir. Araştırmalar sırasında nekropolden M.Ö. II.-I. binyıla ait kil kaplar, süs eşyaları, silahlar bulunmuştur.

Boyahmed (Novruzlu, Bahşaliyev, 1993:22) nekropolünde bulunmuş hançerlerin konik biçimli başlığı biçim ve özelliklerine göre, Kumluk hançeri gibi üçgenlerden oluşan ağlarla bezendirilmiştir (tab I, 8). Boyahmed hançerinin başlığındaki üçgenlerden oluşan ağlar Kolanı hançerleri gibi svastika biçiminde yapılmıştır.

Şu nekropol Culfa ilçesinin Boyehmed köyünde yer alıyor. Boyehmed nekropolü ilk kez 1989 yılında inşaat çalışmalarında tespit edilmiştir. 1991 V.B. Bahşaliyev tarafından burada kabir olduğu tespit edilmiştir. Kabirlerden M.Ö. II-I binyıla ait insan iskeleti, süs eşyaları, silahlar, kil kaplar, xırdabıynuzlu hayvan kemiği ve diğer arkeolojik malzemeler bulunmuştur.

Boyahmed, Kolanı hançerinin konik biçimli başlığındaki svastika biçimli nakış Nahçıvan'ın eski aşiretlerinin manevi kültürüyle ilgili belli kompozisyonu ortaya koyduğunu düşünmek mümkündür. Bu fikre temel oluşturmak için kaynaklara göz atarsak konik, biçimi eski aşiretlerin tasavvurunda gök kubbesini, svastika resmi güneşi, dünyanın dört biçimli olduğunu sembolize eden yapıları görürüz. Tunç Çağına ait boya bezemeli ve basit kil kapların üzerinde svastika tasvirleri çizilmiştir. Bunların bir grubunun Güneş'i veya hayırsever Tanrılarla bağlı kuş ve insanları sembolize ettiği bazı araştırmacılar tarafından da belirtilmiştir. Sibiryaya halklarının, özellikle Yakutların halk inançlarında svastika resmi, koruyucu markayı sembolize etmektedir (Okladnikova, 1984: 39). Eski Türkler Gök Tanrısına kudretli Allah gibi tapmışlar. Bunların dini-ideolojik görüşlerine göre Gök Tanrı insanların talihini çözer, hakanları yükseltir veya devirir (Stebleva, 1976: 45). Türklerin dini-ideolojik görüşlerinde hakana iktidarın Gökten verilmesi, onun dağıtılması ve hayat ağacı ile bağlılık teşkil etmesi ile ilgili çeşitli efsane ve rivayetler vardır (Patopov, 1978: 53). Konik biçiminin eski insanların tasavvurunda gök kubbesini, svastika resminin Güneş'i sembolize etmesi, dünyanın dört biçimli olduğunu göstermesi ile ilgili çok bilgi vardır (Bahşaliyev, 2002: 40).

Nahçıvan'daki Son Tunç-Erken Demir Çağına ait dördüncü grup hançerler ikinci grup hançerler gibi komple şekilde dökül-

mesine rağmen ondan farklıdır. Bu gruba dâhil olan hançerlerin kabzası ikinci grup hançerlerden farklı olarak yastı yapılmıştır. Desteğinin omurgası kalın, ucu sivri yapılmıştır. Namluyu her iki yüzden inceltmiştir (tab I, 9). Culfa, Kızılburun nekropollerinde bulunmuş bu türlü hançerlerin Ortadoğu kültürüne ait hançerlerle benzerlik gösterdiği görülmüştür. Bu türlü hançerler Muğan, Uzuntepe (Djafarzade, 1946: tab. V, 5,2), Gedebe (Aliyev, 1977: 102) yerleşimlerinde ve Ortadoğu kültürüne ait yerleşimlerde (<http://www.belgeler.com>. Hanifi Biber, 2005: 15, 17) bulunmuştur. Bu türlü hançerler Ön Asya ülkelerinde (Asuriya, Nihavend ve b.) yaygındır.

Culfa nekropolü aynı adlı şehrin yakınlarında yer almaktadır. Nekropol 1939-1940 yıllarında demiryolu çekimi sırasında dağıtılmıştır. Dağılmış kabirlerden bir grubunun malzemeleri K.K. Vasiliyev tarafından toplanılarak 1951 yılında Gürcistan Devlet Tarih Müzesi'ne teslim edilmiştir. Müzedeki arkeolojik malzemeler V.H. Aliyev tarafından araştırılmıştır. Arkeolojik malzemeler Erken Demir Çağına ait kil kaplardan, süs eşyaları, tunç hançerlerden ibarettir.

Kızılburun nekropolü Nahçıvan şehrinin güneyinde, Babek ilçesinin Nehram köyünde yer almaktadır. İlk kez 1895 yılında N.V. Fyodrov tarafından bulunmuştur. 1896 yılında İmparator Arkeolojik Komisyonunun talimatı ile nekropolde arkeolojik kazılar yapılmıştır. Kazı sırasında bulunmuş maddi kültür örnekleri Moskova'daki Devlet Tarih Müzesi'ne verilmiştir. 1909 yılında bu malzemelerin bir grubu A. A. Spisin tarafından yayınlanmıştır. Nekropolde 1926 Meşşaninov tarafından bir, A.A. Miller tarafından iki Son Tunç-Erken Demir çağına ait kabir araştırılmıştır. Kabirlerde kil kaplar, süs eşyaları ve diğer arkeolojik malzemeler bulunmuştur.

## **OK UÇLARI**

Nahçıvan'daki Son Tunç-Erken Demir Çağına ait yerleşimlerden (Hakkıxlık, Kolanı, (Novruzlu, Bahşaliyev, 1992:53, 65), Muncuklutepe (Aslanov, İbrahimov, Kaşkay: 2003,15, 20) ve b.) hayli sayıda ok uçları bulunmuştur. Bunların bir kısmı obsidyenden (deve gözü taşı) (tab. I, 7, 8), diğer kısmı tunç ve demirden yapılmıştır (tab. I, 5, 6).

Deve gözü taşından (obsidyen) yapılmış ok uçlarının hepsi üçgen biçimli yapılmış arka tarafından oyuk açılmıştır (tab II, 16-221). Metal ok uçları dökme ve dövme yöntemi ile yapılmıştır (tab II, 1-15). Hep taş, hep metal ok uçları kanatlı ve kanatsız olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır.

Kanatlı ok uçları dökme ve dövme yöntemi ile üçgen biçiminde yapılmıştır. Bunların uçları sivridir, tiyesinin ortasından desteğine doğru kabarıktır (1, 2, 11, 12, 15). Bazılarının kanatları biraz içeri katlanmıştır. Kanatlı ok uçlarının bu türlü yapılması okun değdiği yerden kolaylıkla çıkmasını engellemekte ve daha çok tehlike yaratmasını sağlamaktadır. Şugrup ok uçları Güney Kafkasya'da daha çok yayılmıştır. Benzerleri Mingeçevirde (Kazıyev,1951: 12-14, Aslanov, Vaidov, İone,1959:tab. XV, 1-15), Genceçay ilçesinde (Nerimanov, 1958: tab. II, IV) ve diğer yerleşimlerde bulunmuştur.

Kanatsız ok uçları dökme yöntemi ile hazırlanmıştır (tab II, 3, 8, 11). Bunların çoğunun sapları yastı, bazıları ise biraz yuvarlak yapılmıştır. Saplarla birleşen omuz kısmı düz veya eğilimlidir. Bu arkeolojik malzemeler özelliğine göre Genceçay ilçesinden (Nerimanov, 1958: tab. XVI, 1), Mingeçevirden (Aslanov, Vaid

## MIZRAK UÇLARI

Nahçıvan'daki Son Tunç-Erken Demir Çağına ait yerleşimlerden Kızılburun (Seyidov, Bahşaliyev, Novruzlu, Babayev, 1995: resim 11, 10.11), Culfa (Aliyev, 1977: 103) ve Mardangöl'de (Aslanov, İbrahimov, Kaşkay, 200: tab. LXXI, 1,2) çok sayıda bulunmuş mızrak uçlarının bazıları dökme, bir grubu ise dövme yöntemi ile yaprak biçiminde yapılmıştır. Bunların ucu sivri, grubesi enlidir. Kanatları grubesinden ucuna doğru gittikçe daralıyor. Bu arkeolojik malzemeler biçim ve özelliklerine göre iki gruba ayrılmaktadır.

Birinci grup mızrak uçları boru destekli yapılmıştır (tab. II, 10). Bunların ucu sivri, tiyesi enli, uzunsov biçimdedir. Tiyesinin ucundan desteğine doğru kabartılmıştır.

İkinci grup mızrak uçları yastı destekli yapılmıştır. Bunların desteğinin ortasında küçük delik açılmıştır (tab. II, 9). Bu arkeolojik malzemelerin tiyesi birinci grup mızrak uçları gibi sivri, tiyesi enli, uzun yapılmıştır.

Her iki grup mızrak uçlarının benzerleri Mingçeçevir'de (Aslanov, Vaidov, İone, 1959: tab. IX, XV), Gedebev'de (Halilov, 1959: 103), Muğanda'da (Djadarzade, 1946: tab. XII), Lenkeran'da (Mahmudov, Kesemanli, 1947: tab. II, 8), Gürcistan'da (Piçxealuri, 1979: tabl. XXXI, 11), Kubanda (Kozenkova, 1982: 154) ve Güney Kafkasya'daki (Texov, 1957: 68; Markovin, Mungaev, 2003: 72) diğer Son Tunç-Erken Demir Çağının yerleşimlerinde bulunmuştur.

## SONUÇ

Yapılan araştırma sonucunda şu bulgulara ulaşılmıştır: Nahçıvan'daki Son Tunç-Erken Demir Çağı yerleşimlerinde bulunmuş hançerler, ok ve mızrak uçları biçim ve özelliklerine göre farklı yapılmıştır. Hançerler dört, ok ve mızrak uçları ise iki gruba ayrılmaktadır. Bu arkeoloji malzemelerin çeşitliliği insanların işçilik alışkanlıkları ile ilgilidir. Bunların çeşitli desenlerle süslenmesinde insanların işçilik alışkanlıkları ile eşit dini-ideolojik görüşleri de önemli yer tutmaktadır. Nahçıvan'daki Son Tunç-Erken Demir dönemi yerleşimlerinde bulunmuş hançerlerde, ok ve mızrak uçlarında Hocalı-Gedebev, Ortadoğu kültürüne ait özelliklerinin olması bu dönemde Nahçıvan'ın eski çiftçi-hayvandar aşiretlerinin Azerbaycan, Güney Kafkasya ve Ortadoğu ülkelerinin aşiretleri ile yakın ekonomik-kültürel ilişkilerinin olduğunu kanıtlıyor.

## KAYNAKÇA

Aliyev V. H. (1977). Azerbaycan'da Tunç Çağının boyalı kaplar kültürü. Bakü, İlm.

Aslanov Q.M., Vaidov R.M., İone Q.İ. (1959) Drevniye Minkeçaur. Bakü, AN Azerb. SSR.

Aslanov Q.M., İbrahimov B.İ., Kaşkay S.M. (2003). Drevniye nekropolü Xaraba-Gilana. Bakü, İlm.

Avşarova İ.N. (2007). Hocal-Gadabey kültürü aşiretlerinin tunç memulatlari (M.Ö. XIV-VII yüzyıl). Bakü, Nurlan.

Bahşaliyev V.B. (2006). Ordubad ilçesinin Bist köyü etrafında Son Tunç ve Erken Demir çağına ait anıtlar, Nahçıvan Öğretmenler Enstitüsünün Haberleri, No:2 (6), s. 81-85.

Bahşaliyev V.B. (2002). Gemi kaya tasvirlerinin poetikası. Bakü, 128 s.

Bahşaliyev V.B. (2002). Nahçıvan'ın Erken Demir Çağı kültürü. Bakü, İlm.

Djafarov Q.F. (1984). Svyazi Azerbaydjanaso Stranami Peredney Azii v Epoxi Bronzi i Ranneqo Jeleza. Bakü, Nauka.

Halilov C.E. (1959). Batı Azerbaycan'ın Tunç Çağı ve Demir Çağının başlarına ait anıtları. Bakü, Azerbaycan SSREA.

Halilov T.F. (2008) Kumluk nekropolünden bulunmuş tunç hançerler. AMBA Nahçıvan Bölümünün Haberleri, No:1, s. 117-102

121.

<http://www.belgeler.com>. Hanifi Biber(2005) Urartu silahları: kılıç, hançer ve bıçaklar doktora tezi. Van 2005, 211 s.

Kazıyev S.M. (1951). O nekotor ıxtipaxorujıya iz Minkeçaur, MKA, Bakü, AN. Az SSR, t. II, s.5-30. Kozenkova B.İ. (1982). Tipoloqioya ixronoloqiçeskiyaklassifikacijapredmetov Kobanskoykulturi. Moskva, Nauka.

Mahmudov F.R., Kesemanli Q.P. (1974). Drevniyem nekropole bliz Lenkorani. AN Az SSR, No:3, s. 47-56.

Munçayev R.M. (1975). Kavkazna Zareepohibronzi. Moskova, Nauka.

Markovin V.İ., Mungaev R. M. (2003) Severniy Kavkaz. Moskova, Nauka.

Novruzlu E.İ., Bahşaliyev V.B. (1992). Şahbuz ilçesinin arkeoloji kanıtları Bakü, İlm.

Novruzlu E.İ., Bahşaliyev V.B. (1993). Culfa ilçesinin arkeoloji kanıtları. Bakü, İlm.

Nerimanov İ.H. (1958). Genceçay ilçesinin arkeoloji kanıtları. Bakü, AzSSREA.

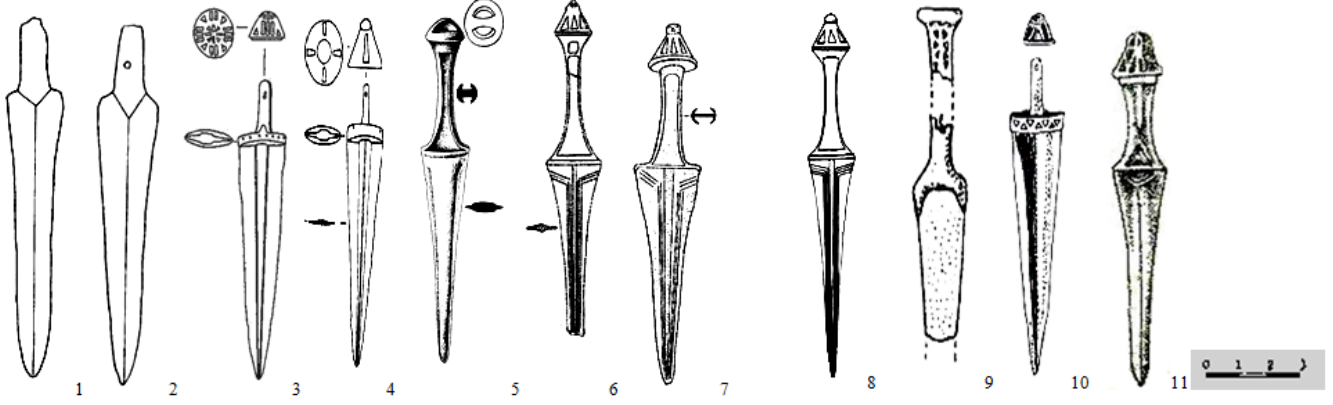
Okladnikova E.A. (1981). Petroqlifi Sredney Katuni. Novosibirsk, Nauka.

Patapov L.P. (1978). Drevnetyurkskieçertipoçitanianeba i sayano-altayskixnaradov. Etnoqrafiyanarodov Zapadnoy Sibiri i Altaya. Novosibirsk. Pokrebova M.N. (1984). Zakavkazskie i eqosvyazi s Peredney Aziey v skifskoevremya. Moskova.

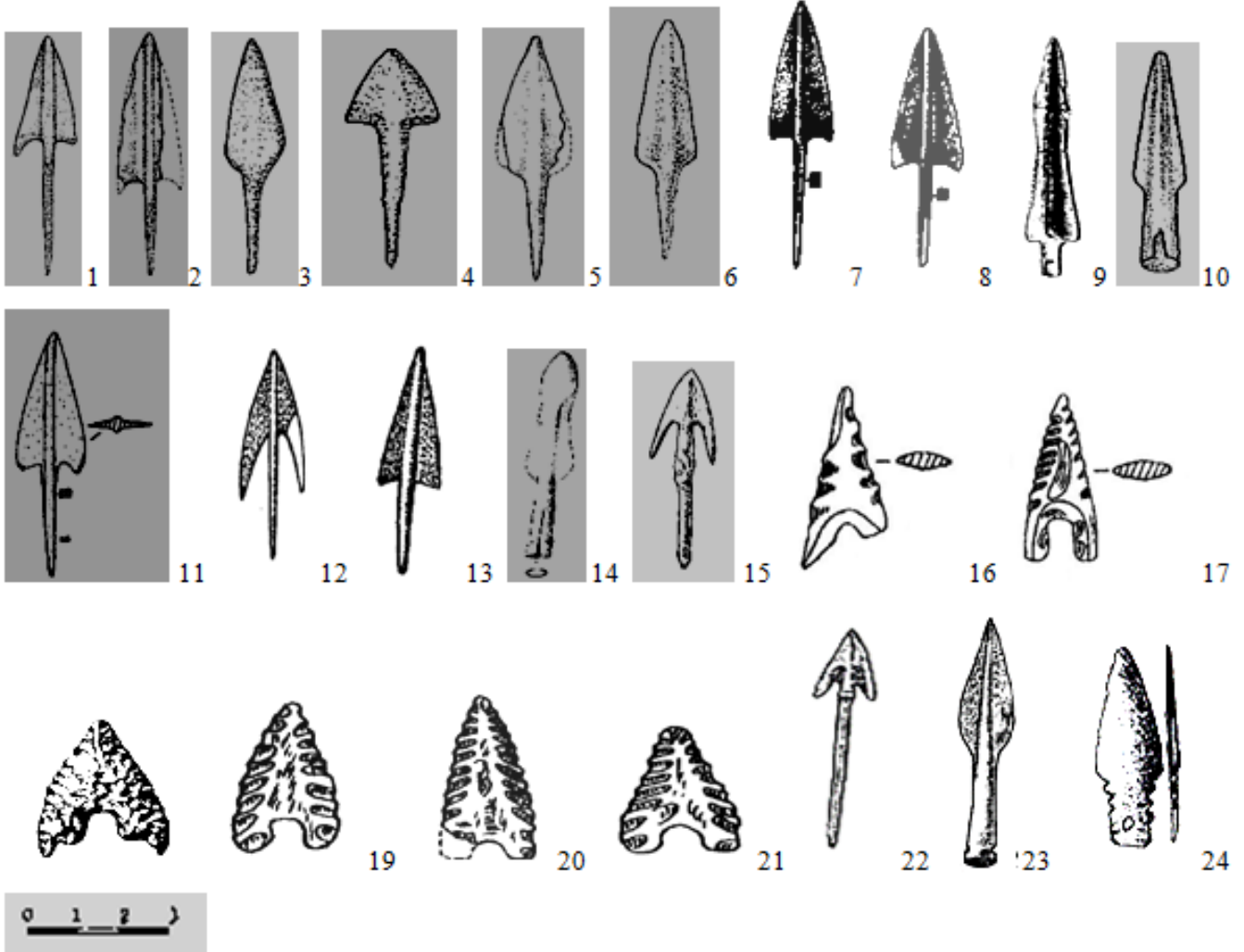
Stebleva İ.V. (1972). Krekonstrukcii drevnetyurtskoymifoloqiçeskoysistemi. Tyuroloqiçeskiysbornik 1971, Leninkrad.

Seyidov A.K., Bahşaliyev V.B., Novruzlu E.İ., Babayev V.M. (1995). Nahçıvanınvə Babek ilçesinin arkeoloji kanıtları. Bakü, Azerbaycan.

Texov B.V. (1957). Pozdnebronzo vaya kultura Liavoskogoqobasseyna. Stalınir: Qosızdat, YuqaOsetii.



Tab I. Hancerler. (1, 3, 4- Kolanı; 2-Kızılburun; 5-Muncuklutepe; 6,7-Kumluk; 8-Boyahmed; 9-Culfa; 10-Haçbulak; 11-Min-geçevir)



Tab II. Ok ve mızrak uçları (1, 2, 3, 4, 10- Kızılburun; 5, 6-Cilfa; 7, 8, 14, 15-Muncuklutepe; 11, 15, 16-Sarı dere; 12, 18-Şahtahtı; 20, 21, 2, 23-Kolanı; 22, 23, 24-Genceçay)



# TURİZM EĞİTİMİNDE YENİ PARADOKS: MANTAR ÖĞRETİM ELEMANLARINA DOĞRU

Özlem ALTUNÖZ<sup>1</sup>  
Burcu KOÇ<sup>2</sup>  
Azize HASSAN<sup>3</sup>

## ÖZET

*Yükseköğretim kurumlarında görev yapan eğitimcilerin sahip olduğu kişilik nitelikleri, mesleki ve insan ilişkileri vb. nitelikler; öğrencilerin mezuniyet öncesi ve sonrası yetkinliklerini önemli ölçüde etkileyecektir. Bu niteliklerin eksikliğinden kaynaklanan problemler ise turizm eğitimde farklı kanser noktaları oluşturacaktır. Bu noktada mevcut kurumların sayısını arttırmaktan ziyade, içsel ya da eğitsel gelişmeyi teşvik etmek ve sağlamak son derece önemlidir. Bu araştırma kapsamında da, her ne kadar öğrencilerin öğretim elemanlarının niteliklerini değerlendirmeleri noktasına odaklanılmış olursa da; öğrencilerin başarı, girişimcilik, duygu ve motivasyonlarını etkileyen farklı kurum içi problemlere ve ihtiyaç dışı eğitim kurumu problemine teorik olarak değinilmesi çalışmanın hedeflerindedir.*

*Anahtar Kelimeler: Turizm Eğitimi, Eğitimciler, Kişilik Nitelikleri, Mesleki Nitelikler, İnsan İlişkileri Nitelikleri*

## NEW PARADOX IN TOURISM EDUCATION: TOWARDS MUSHROOM INSTRUCTORS

### ABSTRACT

*Personality, vocational and human relations characteristics of instructors work in institutions of higher education will affect before and after graduation competences of students significantly. The problems are caused by lack of these characteristics will create different cancer points in tourism education. At this point, rather than increasing the number of institutions, encouraging and ensuring the internal or educational development in existing institutions is extremely important. In the scope of this study, although focused on the point of students' evaluation of teaching staffs' characteristics, also touching on the different internal problems of institutions are effective on achievement, entrepreneurship, feeling and motivation of the students is one of the purpose of the study.*

*Key Words: Tourism Education, Instructor, Personality Characteristics, Vocational Characteristics, Human Relation Characteristics*

### GİRİŞ:

Turizm sektörünün yapısal özelliği ve emek yoğun üretim sistemi olması nedeniyle, otomasyonun söz konusu sektörün her alanında yoğun bir şekilde uygulanmadığı görülmektedir. Bir turist rehberinin, önbüro, kat ve servis personelinin işininin, hiçbir araca yaptırılmıyor olması bu görüşü doğrulamaktadır. Bu açıdan, turizm sektörünün; gerek iş gören, gerekse turistik üründen faydalanan tüketiciler açısından temel öğesinin insan olduğu ve burada, nitelikli bir hizmet ve hoşgörü sanatının esas alındığı söylenebilir (Gürdal, 2002).

Turizm sektöründe çalışan iş görenler açısından değerlendirildiğinde, insan kaynaklarının kalitesi, sadece turizm işletmeleri ile ilgili değildir. Aynı zamanda o ülkede verilen turizm eğitimi ile de ilgilidir. Turistik üründen faydalanan tüketicilerin, iş gören hizmetinden memnun kalabilmesi ve tatmin olabilmesi için, alanında uzman kişileri yetiştirebilecek etkili bir turizm eğitim sisteminin oluşturulması ya da mevcut eğitim sisteminin geliştirilmesi mecburidir

(Christou, 1999). Herhangi bir turizm eğitim kurumundan mezun olan öğrencilerin bilgi ve becerilerinin, kalifiye elemanlardan daha yüksek seviyede olması vb. gibi dış çevrelerden doğan beklentiler, meslekî ve teknik eğitimde farklı yönelimlerin oluşmasını ve devam etmesini, mesleki eğitimde yeni model arayışının bir sonucu olarak da, ilgili eğitim sisteminin sosyal ve ekonomik baskılara daha fazla duyarlı olmasını gerekli kılmaktadır (Tabbron ve Yang, 1997).

Türkiye’de, 1953 yılında Milli Eğitim Gençlik ve Spor Bakanlığı ile Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın işbirliği yapması sonucunda, Ankara ve İzmir Ticaret Liselerinde Turizm Meslek Kursları’nın açılmasıyla, bazı turizm derneklerinin de tercüman rehberlik kurslarını düzenlemeleriyle turizm eğitimine başlandığı görülmektedir. Turizm eğitimi ihtiyacının üniversiteler düzeyinde hissedilmesiyle birlikte ise, 1965-1966 eğitim-öğretim yılı itibarıyla lisans düzeyinde turizm eğitimi veren ilk kurum olan, Ankara Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulu faaliyete geçmiştir (Ünlüönen ve Boylu, 2005).

<sup>1</sup>Yrd. Doç.Dr. Sinop Üniversitesi, Turizm İşlet.ve Otelcilik Yüksekokulu

<sup>2</sup>Arş. Gör., Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi

<sup>3</sup>Prof.Dr., Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ÖSYM tercih kılavuzundan elde edilen bilgilere bakılarak 2012 yılına gelindiğinde; ilgili yılda Türkiye’de ön lisans düzeyinde eğitim veren meslek yüksekokullarının sayısı 131’i devlet, 19’u

ise vakıf ve KKTC olmak üzere toplamda 150'dir. Turizm alanında lisans düzeyinde eğitim veren fakülte ve yüksekokullarının sayısı ise 55'tir ( Erdiñ ve Yılmaz, 2012).

Turizm eğitiminin üniversite düzeyinde verilmeye başlandığı 1965 yılı ile kıyaslandığında, 2012 yılı itibariyle, Türkiye'de üniversite düzeyinde turizm eğitimi veren birimlerin sayısındaki artış yukarıda görülmektedir. Kurum sayısında yaşanan bu denli artış, bir açıdan ilgili alana akademik boyutta talebin mevcudiyetinin göstergesi olarak yorumlanabileceği gibi, halen mesleki eğitiminde öğrenmeye karşı bir direnç olduğunu söylemek mümkündür (Atherton, 1999). Mesleki eğitim içerisinde yer alan turizm eğitiminde de, bu dirence etki edebileceği düşünüldüğünden, sayıları hızla artan yükseköğretim kurumları, öğretim elemanları ve öğrenciler üçlü kümesini oluşturan her değişkenin ayrıntılı bir şekilde incelenmesi gerekmektedir. Bu kümenin özellikle eğitimciler boyutu ciddi bir önem arz etmektedir. Öyle ki; mesleki teknik eğitimin başarılı olması konusunda birçok Avrupa ülkesi, eğitimcilerin çok iyi eğitimini ön plana çıkartarak (İngiltere Modeli, Almanya Modeli vb.) çözüm aramaktadırlar. Eğitimciler kendilerini ne ölçüde geliştirebilmiş ve yeterli sorumluluk alabilmişlerse, o ölçüde teknik eğitimde başarılı olurlar (Hodkinson, 1998).

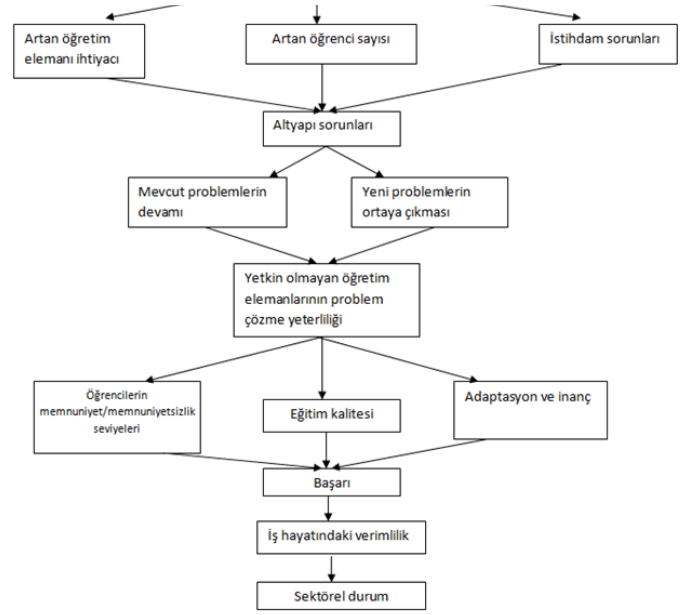
## 1. TURİZM EĞİTİMİNDE SELF-RENEWING (KENDİNİ YENİLEYEN) SORUNLAR

Yükseköğretim kurumlarında görev yapan eğitimcilerin sahip olduğu kişilik nitelikleri, mesleki ve insan ilişkileri vb. nitelikler, öğrencilerin mezuniyet öncesi ve sonrası yetkinliklerini yüksek derecede etkileyecektir. Bu niteliklerin olmayışından ya da eksikliğinden kaynaklanan problemler ise mesleki eğitimde farklı kanser noktaları oluşturacaktır.

Kanser noktalar kavramıyla ifade edilmek istenen, tedavisi yani çözümü, gelişen teknoloji ve bilgi kaynaklarıyla mümkün, ancak görmezden gelinerek ya da yanlış tedavi yöntemleriyle kötü sonuçlara götüren sorunlardır. Özellikle mesleki eğitim boyutunda, bu sorunların özenle ele alınması gerekmektedir. Mesleki eğitimdeki alt problemleri yaratan kanser hücreli temel nedenlerin, bütün aşamalarıyla ele alınması gerekmektedir. Birbirinden bağımsız görünen genel ifadeler, düşünülenin aksine etkileşim halindedir.

Duruma turizm eğitimi açısından bakıldığında, etkileşim halindeki sorunların oluşturduğu zincir aşağıdaki şekilde özetlenmeye çalışılmıştır. Buna göre; turizm eğitimi anlamında mevcut ihtiyacın üzerinde açılan yükseköğretim kurumları; beraberinde eksik sınımayı, yani öğretim elemanlarının, alan yeterliliklerinin olup-olmadığına dair incelemeler tam olarak yapılmadan istihdam edilmeleri hatasını getirmektedir. Yine aynı girişimden, öğrenci sayısının artması, puanların ve nitelikli öğrenci alım oranının düşmesi ve mezun öğrenci sayısı artacağından istihdam edilme şanslarında azalma sonuçları görülebilecektir. Bu döngü içerisinde, altyapı yetersizliğinden kaynaklanan problemlerin ortaya çıkması ya da olan problemlerin devamlılığı; buna bağlı olarak gerekli beceriye sahip olmayan öğretim elemanlarının duruma müdahale etmede yetersiz kalmaları; çözülemeyen bu problemlerin düşürdüğü öğrenci memnuniyet seviyeleri, eğitim kalitesi, adaptasyon ve inançlar; duygusal ve donanımsal anlamda sektöre uğratılan öğrencinin ve kurumun başarısının olumsuz yönde etkileyeceği düşüncesi, yukarıdaki şekilde değinilen ve zincirin devamını oluşturan sorunlardır. Tüm bu bileşenler ise, kişilerin mezuniyet sonrası iş hayatlarındaki verimliliğini etkileyeceğinden, aynı eksik donanım ve motivasyonla me-

zun kalabalık bir grubun, sektörel durumu olumsuz yönde etkileyeceği kaçınılmaz bir sonudur.



Şekil 1: Turizm Eğitimi Sürecinde Ve Sonrasında Ortaya Çıkan Sorunların Etkileşimler Zinciri

Bu araştırma kapsamında her ne kadar öğrencilerin, öğretim elemanlarının niteliklerini değerlendirmeleri noktasına odaklanılmış olursa da; öğrencilerin başarı, girişimcilik, duyu ve motivasyonlarını etkileyen farklı kurum içi problemlere ve ihtiyaç dışı eğitim kurumu problemlerine teorik olarak değinilmesi çalışmanın hedeflerindedir. Bu hedeften yola çıkarak, farklı çalışmalar da taranmıştır. Örneğin; Şahin ve Fındık (2008) çalışmalarında mesleki eğitime ilgiyi azaltan sorunlara değinmişlerdir.

- Mesleki yönlendirmede yaşanan olumsuzluklar,
  - Eğitim programlarından kaynaklanan sorunlar,
  - Reel sektörle yaşanan uyumsuzluklar,
  - Yetersiz altyapı ve eski teknoloji,
- konuları araştırmacıların değindiği temel sorunlardandır. Bu sorunlara turizm eğitimi boyutunda bakıldığında ise, Tuyluoğlu (2003)'nun yapmış olduğu çalışmada bahsetmiş olduğu başlıklar dikkat çekicidir. Bunlar:
- Turizm sektörü ile turizm eğitimi veren kuruluşlar arasında hukuki çerçevede etkin bir işbirliği ve kişisel çabalara dayanan yetersiz işbirliği; ortak hedefe dönük fonksiyonların gerçekleşmesine, mevcut fiziksel ve beşeri kaynaklardan rasyonel bir şekilde faydalanılmasına engel olmaktadır.
  - Turizm eğitiminde entegrasyon ve koordinasyon sağlanamamıştır. Bu da eğitim çalışmalarının makro bir model kapsamında birbirini tamamlayan bir biçimde yürütülememesine neden olmaktadır.
  - Turizm meslekleri, bu mesleklerin değişik kademelerinde çalışma hakkı, unvan kullanma kanuni himaye altına alınmadıkça, haksız rekabet şartlarında istihdam önlenmedikçe, işgücü verimi düşmekte ve sektör geliştikçe nitelikli personel daha yüksek ücretlerle yeni işletmelere kaydığından işgücü stabilitesi bozulmaktadır.
  - Uygulanan ders programları çoğunlukla kuramsal olup, uygulamalı derslere programlarda fazla yer verilmemektedir.
  - Turizm eğitiminin gerektirdiği eğitim araçları ve laboratuvarlar dört yıllık eğitim kuruluşlarında bulunmamakta, verilen bilgiler uygulama imkânı olmadığından unutulmaktadır.
  - Yabancı dil eğitimi yeterli değildir.

- Eğitimin verimli olabilmesi, uygulamalı derslerin etkinliğinin sağlanması için öğrenci kontenjanları 50 kişide dondurulmalıdır.
- Gerek sektörden uzman öğretim elemanlarının temini, gerekse staj ve uygulama imkânlarının sağlanması açısından, yükseköğretim kurumlarının kuruluş yerlerinin büyük şehirlere yakın olmasını kaçınılmazdır.

Gürdal (2002) ise; Türkiye’de ön lisans ve lisans düzeyinde turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumlarının halen mevcut olan ve çözüm bekleyen kronik sorunlarını şu başlıklar altında toplamıştır:

- Kuruluş yeri seçimi ve okullaşma yoğunluğu,
- Eğitim kalitesinin iyileştirilmesi,
- Staj yapma ve tez hazırlama zorunluluğu,
- İstihdam sorunları.

Yukarıda turizm eğitiminde karşılaşılan sorunlar alt gruplar halinde belirtilmiştir. Ancak çalışmamızda da vurgulamak istediğimiz temel noktalardan birisi, Avrupa ülkelerinin pek çoğunda, meslek kursları ve ortaöğretim düzeyinde turizm eğitimi verilirken (Boylu, 2004), Türkiye’de halen yükseköğretim kurumlarının açılmasına gerçekten ihtiyaç duyulup-duyulmadığı konusudur. 2012 Ekim ayında Ankara’da düzenlenen Turizm Eğitimi Workshop/ Konferansı’nın sonuç bildirgesinin ilk maddesinde de bu noktaya değinilmiştir. Bildirgenin ilgili maddesi şu şekildedir: “Turizm eğitimi veren mevcut fakülte ve yükseköğretim kurumlarının müfredatlarının revize edilmesi, ön lisans ve lisans düzeyinde yeni yükseköğretim kurumlarının açılmaması.”

## 2. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

### 2.1. Araştırma Yöntemi

Bu araştırma, elde edilmek istenen sonuçlar itibarıyla uygulamalı bir araştırmadır. Araştırmanın uygulama kısmında anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formu 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, öğrencilerin bazı demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde, ideal bir öğretim elemanının sahip olması gereken nitelikler 3 boyut altında, 52 ifade ile ele alınmış ve öğrencilerin ifadeleri 5’li Likert tipi ölçeğe göre (1- Kesinlikle Katılmıyorum.....5- Kesinlikle Katılıyorum) cevaplandırmaları istenmiştir. Anketin üçüncü bölümünde ise, öğretim üyelerinin ne kadarının ikinci bölümde yer alan niteliklere sahip olduğunu belirlemek üzere, “1- Hiçbiri,.....,5- Tamamı” olacak şekilde işaretleme yapmaları istenmiştir.

Anket formu seçilirken; ilgili sektörde görev alacak iş görenlerin eğitiminde iletişim ve insan ilişkilerinin öneminden yola çıkarak kişilik ve insan ilişkileri nitelikleri, teorik derslerin dışında uygulamayı gerektiren mesleki derslerin kalitesini düşünerek mesleki nitelikler, ideal bir öğretim elemanında bulunması gereken nitelikler olarak belirlenmiştir. Söz konusu anket Akgöl’ün 1994 yılında yapmış olduğu çalışmadan faydalanılarak hazırlanmış ve uzman görüşüne tabi tutulmuştur.

2013 yılı Şubat-Mart ve Nisan aylarında, 20 devlet üniversitesinde bulunan ve turizm eğitimi veren fakülte, yükseköğretim ve meslek yükseköğretim kurumlarından, bu kurumlarda görev yapmakta olan öğretim elemanlarının da yardımlarıyla toplamda 710 anket toplanmıştır (Doğrudan katılımcı ile görüşülerek ve online anket yöntemiyle). Ancak 31 anket çeşitli nedenlerden dolayı (anketin büyük bir kısmının boş bırakılması) dikkate alınmamıştır. Daha sonra, birinci sınıf öğrencilerinin de üniversite eğitim-öğretim dönemlerinin ilk aşamasında olmalarından ve bu dönemde

mesleki derslerden ziyade, ortak dersleri alıyor olmalarından dolayı, çalışma sonuçlarının güvenilirliğinin düşebileceği göz önünde bulundurularak, 161 veri daha çalışma dışında bırakılmıştır. Böylece, 518 veri ile analize başlanmıştır.

### 2.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

İnsan gücü odaklı turizm sektöründe çalışan kalifiye olmayan personel sayısı küçümsenemeyecek kadar fazladır. Buna karşın turizm eğitimi almış kişilerin de, yanlış eğitim ya da uygulama eksikliğinden kaynaklanan nedenlerden dolayı, iş yaşamlarında beklenen performansı sergileyemedikleri görülebilmektedir.

Turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumlarındaki fazlalığa rağmen, eğitilmiş iş görenlerin iş sahasındaki performanslarına ve eğitilmiş olmayan iş görenlerin tercih edilmesine ilişkin, halen olumsuz yorumların geliyor olması da düşündürücüdür. Bu noktada mevcut kurumların sayısını arttırmaktan ziyade, içsel ya da eğitsel gelişmeyi teşvik etmek ve sağlamak son derece önemlidir. Bu açıdan değerlendirildiğinde turizm eğitimi ile ilgili olarak yapılan her bir çalışma literatüre katkı sağlayacak nitelikte olacaktır.

Buna karşın turizm eğitimi veren öğretim elemanlarının sahip olması gereken nitelikleri ve bu niteliklere sahip olup-olmadıklarını belirlemeye yönelik az sayıda çalışmaya rastlanmıştır. Bu araştırmanın, ilgili literatürde bu açıdan büyük bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir. Çalışma daha sonra bu konuda yapılabilecek daha kapsamlı çalışmalara bir temel oluşturacağından önemli görülmektedir.

Yukarıda belirtilen açıklamalar doğrultusunda bu çalışmanın temel amacı; sayısı giderek artan turizm eğitim kurumlarında (ön lisans-lisans eğitimi veren) çalışmakta olan öğretim elemanlarının ideal niteliklerinin yeterliliklerini belirlemektir. Bu kapsamda çalışmanın hipotezleri aşağıda verilmiştir:

H1: Öğrencilerin öğretim elemanlarında bulunması gereken niteliklere (kişilik nitelikleri, mesleki nitelikler, insan ilişkileri nitelikleri) yönelik beklenti düzeyleri ile gözlem düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H2: Öğrencilerin öğretim elemanlarında bulunması gereken ideal niteliklere yönelik beklenti düzeyi, eğitim gördükleri birimlere göre farklılık gösterir.

H3: Öğrencilerin öğretim elemanlarında bulunması gereken ideal niteliklere yönelik gözlem düzeyi, eğitim gördükleri birime göre farklılık gösterir.

H4: Öğrencilerin öğretim elemanlarında bulunması gereken ideal niteliklere yönelik beklenti düzeyi, bölümlerine göre farklılık gösterir.

H5: Öğrencilerin öğretim elemanlarında bulunması gereken ideal niteliklere yönelik gözlem düzeyi, bölümlerine göre farklılık gösterir.

H6: Öğrencilerin öğretim elemanlarında bulunması gereken ideal niteliklere yönelik beklenti düzeyi, sınıflarına göre farklılık gösterir.

H7: Öğrencilerin öğretim elemanlarında bulunması gereken ideal niteliklere yönelik gözlem düzeyi, sınıflarına göre farklılık gösterir.

## 3. ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmaya katılanların demografik özellikleri incelendiğinde; toplam 518 katılımcının 255’inin (%49,2) kız öğrencilerden, 263’ünün (%50,8) erkek öğrencilerden oluştuğu; yine toplam

katılımcıların 301'inin (%58,1) fakülte, 144'ünün (%27,8) yüksekokul ve 73'ünün (%14,1) meslek yüksekokulu öğrencisi olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin 139'u (%26,8) Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümü'nde, 130'u (%25,1) Turizm İşletmeciliği Bölümü'nde, 101'i (%19,5) Seyahat İşletmeciliği Bölümü'nde, 98'i (%18,9) Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü'nde ve 50'si (%9,7) Konaklama İşletmeciliği Bölümü'nde öğrenim görmektedir. Demografik özelliklerin son boyutu olan öğrencilerin sınıflarına yönelik sorudan elde edilen veriler doğrultusunda, 518 öğrencinin sınıflara göre dağılımına bakıldığında; 202 katılımcı (%39) üçüncü sınıf, 177 katılımcı (%34,2) ikinci sınıf ve 139 katılımcı (%26,8) dördüncü sınıf öğrencisidir.

**Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Yönelik Analiz**

Demografik Değişkenler	n	%
<b>Cinsiyet</b>		
Kız	255	49,2
Erkek	263	50,8
<b>Toplam</b>	<b>518</b>	<b>100</b>
<b>Birim</b>		
Meslek Yüksekokulu	73	14,1
Yüksekokul	144	27,8
Fakülte	301	58,1
<b>Toplam</b>	<b>518</b>	<b>100</b>
<b>Bölüm</b>		
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik	139	26,8
Turizm İşletmeciliği	130	25,1
Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği	101	19,5
Gastronomi ve Mutfak Sanatları	98	18,9
Konaklama İşletmeciliği	50	9,7
<b>Toplam</b>	<b>518</b>	<b>100</b>
<b>Sınıf</b>		
İkinci Sınıf	177	34,2
Üçüncü Sınıf	202	39
Dördüncü Sınıf	139	26,8
<b>Toplam</b>	<b>518</b>	<b>100</b>

Tek Örnek t-Testi (One-Sample t-Test) sonuçlarına göre; öğrencilerin araştırmada geçen kişilik niteliklerinin, kurumlarındaki öğretim elemanlarında bulunmasını bekledikleri derece 4,44 iken, öğretim elemanlarında gözledikleri ilgili nitelik derecesi 3,56'dır. İki ortalama arasındaki fark -,87919'dur. %95 güven aralığında p değeri 0.05'ten küçük olduğu için, iki ortalama arasındaki fark anlamlıdır.

Katılımcılar, bir diğer nitelik boyutu olan mesleki niteliklerin

öğretim elemanlarında 4,48 oranında bulunmasını beklerken, ilgili nitelikleri öğretim elemanlarında görme dereceleri ise 3,30'dur ve her iki ortalama arasındaki fark -1,18187'dir. p değeri 0.05'ten küçük olduğu için iki ortalama arasındaki fark anlamlıdır.

**Tablo 2: İdeal Bir Öğretim Elemanında Olması Gereken Niteliklerin Beklenti Ve Gözlem Seviyesi Farkını Belirlemeye Yönelik Tek Örnek T-Testi**

NİTELİKLER	N	Beklenen Değer	Gözlenen Değer	p	Farklılık
Kişilik Nitelikleri	518	4,44	3,56	0.000	-,87919
Mesleki Nitelikler	518	4,48	3,30	0.000	-1,18187
İnsan İlişkileri Nitelikleri	518	4,42	3,24	0.000	-1,24190

İnsan ilişkileri niteliklerinin öğretim elemanlarında bulunmasına yönelik katılımcıların beklenti seviyelerinin ortalamaları 4,42 iken, ilgili nitelikleri öğretim elemanlarında gözleme dereceleri ise 3,24'tür. İki ortalama arasındaki fark -1,24190'dır ve p değeri 0.05'ten küçük olduğu için iki ortalama arasındaki fark anlamlıdır.

Buna göre; ideal niteliklerin tüm boyutlarında  $p < .05$  olduğundan, beklenti ve gözlem düzeyi arasında fark anlamlıdır ve H1 kabul edilmiştir.

**Tablo 3: Öğrencilerin Eğitim Gördüğü Birime Göre Öğretim Elemanlarından Beklenen İdeal Nitelik Seviyesi**

İdeal Nitelikler	Ortalamalar			Tek Değişkenli		
	a	b	c	F	p	$\eta^2$
Beklenen Kişilik Niteliği Seviyesi	4,47	4,39	4,46	0,56	0,569	0,002
Beklenen Mesleki Nitelik Seviyesi	4,45	4,46	4,50	0,36	0,696	0,001
Beklenen İnsan İlişkileri Niteliği Seviyesi	4,45	4,33	4,46	2,09	0,124	0,008
İdeal Nitelikler (Çok Değişkenli)	<b>Wilk's Lambda</b>			<b>F</b>	<b>p</b>	<b><math>\eta^2</math></b>
	0,982			1,52	0,168	,009

a: Meslek Yüksekokulu, b: Yüksekokul, c: Fakülte

Barlet Kürsellik Testi sonucunda korelasyonun MANOVA için uygun olduğu görülmüştür ( $p < .05$ ). Kovaryans matrisinin eşitliği Box's M testi kullanılarak test edilmiştir. Anlamlılık değeri .05'in üzerinde olduğu takdirde, kovaryans matrisinin homojen olduğunu söylemek mümkündür (Hair vd., 2009: 234). Box's M testi sonucuna göre anlamlılık düzeyi .001 bulunmuştur. Ancak Box's M testinin sonucu, büyük örneklemelere karşı hassas olduğundan ve çalışma kapsamında ulaşılan örneklem büyüklüğü 518 olduğundan, anlamlı çıkan sonuçlar da tolere edilebilir (Tabachnick ve Fidell, 2007: 86). Varyansların homojen dağılıp dağılmadığını tespit etmek üzere Levene Testi'nin sonuçlarına bakılmıştır. İlgili test sonuçlarına göre, beklenen niteliklerin bütün boyutlarında varyans homojen dağıldığı için (kişisel nitelik beklentisi p: .787, mesleki nitelik beklentisi p: .652, insan ilişkileri nitelik beklentisi p: .755) analize devam edilmiştir.

İdeal bir öğretim elemanında bulunması gereken nitelikler tüm boyutları (kişilik nitelikleri, mesleki nitelikler, insan ilişkileri nitelikleri) ile birlikte dikkate alındığında, niteliklerin mevcudiyetine yönelik beklenti düzeyinin araştırmaya katılan öğrencilerin birimlerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermediği tespit edilmiştir (  $F=1,52$ , Wilk's Lambda=.982,  $p$ : .168). Buna göre, H2 reddedilmiştir.

MANOVA testinin ardından, hangi boyutlarda anlamlı farklılıkların olduğu tek tek incelenmiştir. Birinci tip hatanın oluşumunu azaltmak için güvenirlilik düzeyi bağımlı değişken sayısına bölünmüştür (.05/3) (Pallant, 2005: 259). Buna göre; öğrencilerin birimlerine göre her bir boyuta yönelik beklenti seviyesi arasında anlamlı bir farklılık söz konusu değildir ( $p>.017$ ).

**Tablo 4: Öğrencilerin eğitim gördüğü birime göre öğretim elemanlarında gözlenen ideal nitelik seviyesi**

İdeal Nitelikler	Ortalamalar			Tek Değişkenli			Çoklu Karşılaştırma Testi
	a	b	c	F	p	$\xi^2$	
Gözlenen Kişilik Niteliği Seviyesi	3,76	3,74	3,43	10,64	0,000	0,040	a>c, b>c
Gözlenen Mesleki Nitelik Seviyesi	3,57	3,46	3,15	11,61	0,000	0,043	a>c, b>c
Gözlenen İnsan İlişkileri Niteliği Seviyesi	3,56	3,46	3,05	15,20	0,000	0,056	a>c, b>c
İdeal Nitelikler (Çok Değişkenli)	Wilk's Lambda			F	p	$\xi^2$	
	0,940			5,40	0,000	0,031	

a: Meslek yüksekokulu, b: yüksekokul, c: fakülte

Barlet Kürsellik Testi sonucunda korelasyonun MANOVA için uygun olduğu görülmüştür ( $p<.05$ ). Kovaryans matrisinin eşitliği Box's M testi kullanılarak test edilmiştir. Anlamlılık değeri .05'in üzerinde olduğu takdirde kovaryans matrisinin homojen olduğunu söylemek mümkündür (Hair vd., 2009: 234). Box's M testi sonucuna göre anlamlılık düzeyi .000 bulunmuştur. Ancak Box's M testinin sonucu, büyük örneklemelere karşı hassas olduğundan ve çalışma kapsamında ulaşılan örneklem büyüklüğü 518 olduğundan, anlamlı çıkan sonuçlar da tolere edilebilir (Tabachnick ve Fidell, 2007: 86). Varyansların homojen dağılıp dağılmadığını saptamak amacıyla Levene Testi sonuçlarına bakılmıştır. Gözlenen insan ilişkileri nitelikleri boyutunda ( $p$ : .140) varyans homojen dağılırken, gözlenen kişilik nitelikleri ( $p$ : .000) ve mesleki nitelikler boyutlarında ( $p$ : .033) varyans homojen değildir. Ancak hücre başına düşen sayı 30'un üzerinde olduğu için analize devam edilmiştir (Pallant, 2005: 258).

İdeal bir öğretim elemanında bulunması gereken nitelikler tüm boyutları (kişilik nitelikleri, mesleki nitelikler, insan ilişkileri nitelikleri) ile birlikte dikkate alındığında, gözlenen nitelik seviyesinin araştırmaya katılan öğrencilerin birimlerine göre anlamlı bir biçimde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (  $F= 5,40$ , Wilk's Lambda=.940,  $p<.05$ ). Buna göre, H3 kabul edilmiştir. Etkinin ise düşük seviyede olduğu görülmektedir ( $\eta^2$ : .031).

MANOVA testinin ardından, hangi boyutlarda anlamlı farklılıkların olduğu incelenmiştir. Birinci tip hatanın oluşumunu azaltmak için güvenirlilik düzeyi bağımlı değişken sayısına bölünmüştür (.05/3) (Pallant, 2005: 259). Buna göre; ideal niteliklerin bütün boyutlarında  $p<.017$  olduğundan, öğrencilerin

birimlerine göre her bir boyuta yönelik gözlem seviyesi arasında anlamlı bir farklılık söz konusudur. Farklılığın nedenini saptamak amacıyla, Post Hoc testinden faydalanılmıştır. İnsan ilişkileri nitelikleri boyutunda varyans homojen dağıldığından Bonferro-ni, kişilik nitelikleri ve mesleki nitelikler boyutlarında ise varyans homojen dağılmadığından Tamhane testi kullanılmış olup, elde edilen sonuçlara göre; ideal niteliklerin bütün boyutlarının gözlem seviyelerinde, meslek yüksekokulu ve yüksekokul öğrencilerinin fakülte öğrencilerine göre daha olumlu tutum sergiledikleri görülmektedir. İlgili tüm boyutlardaki farklılıkların etkisi ise düşük seviyededir (kişilik niteliği  $\eta^2$ : .040, mesleki nitelik  $\eta^2$ : .043 ve insan ilişkileri  $\eta^2$ : .056).

**Tablo 5: Öğrencilerin Bölümlerine Göre Öğretim Elemanlarından Beklenen İdeal Nitelik Seviyesi**

İdeal Nitelikler	Ortalamalar					Tek Değişkenli			Çoklu Karşılaştırma Testi
	1	2	3	4	5	F	p	$\xi^2$	
Beklenen Kişilik Niteliği Seviyesi	4,44	4,55	4,25	4,45	4,54	3,61	0,007	0,027	2>3
Beklenen Mesleki Nitelik Seviyesi	4,45	4,56	4,41	4,46	4,58	1,56	0,184	0,012	-
Beklenen İnsan İlişkileri Niteliği Seviyesi	4,35	4,53	4,33	4,45	4,47	1,95	0,100	0,015	-
İdeal Nitelikler (Çok Değişkenli)	Wilk's Lambda					F	p	$\xi^2$	
	0,957					1,91	0,030	0,015	

1.Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik, 2.Turizm İşletmeciliği, 3.Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği, 4.Gastronomi ve Mutfak Sanatları, 5.Konaklama İşletmeciliği

Barlet Kürsellik Testi sonucuna göre, korelasyon MANOVA için uygundur ( $p<.05$ ). Kovaryans matrisinin eşitliği Box's M testi kullanılarak test edilmiştir. Box's M testi sonucuna göre anlamlılık düzeyi .000 ( $p<.05$ ) bulunmuştur. Bu durumda kovaryans matrisi homojen değildir. Ancak Box's M testinin sonucu, büyük örneklemelere karşı hassas olduğundan, anlamlı çıkan sonuçlar da tolere edilebilir (Tabachnick ve Fidell, 2007: 86). Varyansların homojen dağılıp dağılmadığını tespit etmek üzere Levene Testi'nin sonuçlarına bakılmıştır. İlgili test sonuçlarına göre, beklenen kişilik nitelikleri ( $p$ : .000) boyutunda varyans homojen dağılmazken, mesleki nitelikler ( $p$ : .311) ve insan ilişkileri nitelikleri ( $p$ : .888) boyutlarında varyans dağılımı homojendir. Pallant (2005: 258)'ın belirttiği gibi hücre başına düşen sayı 30'un üzerinde olduğu için analize devam edilmiştir.

İdeal bir öğretim elemanında bulunması gereken nitelikler tüm boyutları (kişilik nitelikleri, mesleki nitelikler, insan ilişkileri nitelikleri) ile birlikte dikkate alındığında, beklenen nitelik seviyesinin araştırmaya katılan öğrencilerin bölümlerine göre anlamlı bir biçimde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (  $F=1,91$ , Wilk's Lambda=.957,  $p<.05$ ). Buna göre, H4 kabul edilmiştir. Bu etkinin düşük seviyede olduğu görülmektedir ( $\eta^2$ : .015).

MANOVA testinden sonra, hangi boyutlar kapsamında anlamlı farklılıkların olduğu incelenmiştir. Birinci tip tip hatanın oluşu-

munu azaltmak için güvenilirlik düzeyi bağımlı değişken sayısına bölünmüştür (.05/3) (Pallant, 2005: 259). Buna göre her bir boyut tek tek incelendiğinde, beklenen mesleki nitelikler ve insan ilişkileri nitelikleri boyutlarında anlamlı bir farklılık saptanamamışken ( $p > .017$ ), kişilik nitelikleri boyutunda  $p < .017$  olduğundan anlamlı bir farklılık söz konusudur. Bu boyuttaki farklılığın nedenini saptamak amacıyla Post Hoc'tan faydalanılmış ve varyans homojen dağılmadığı için Tamhane testi kullanılmıştır. Test sonuçlarına göre; beklenen kişilik nitelikleri boyutunda; Turizm İşletmeciliği bölümü öğrencileri, Seyehat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü öğrencilerine göre daha olumlu tutum sergilemektedirler. Kişilik nitelikleri boyutundaki farklılığın etkisi ise düşük seviyededir ( $\eta^2: .027$ ).

**Tablo 6: Öğrencilerin Bölümlerine Göre Öğretim Elemanlarında Gözlenen İdeal Nitelik Seviyesi**

İdeal Nitelikler	Ortalamalar					Tek Değişkenli			Çoklu Karşılaştırma Testi
	1	2	3	4	5	F	p	$\xi^2$	
Gözlenen Kişilik Niteliği Seviyesi	3,67	3,45	3,56	3,49	3,71	2,03	0,089	0,025	-
Gözlenen Mesleki Nitelik Seviyesi	3,46	3,20	3,27	3,14	3,48	3,26	0,012	0,030	1>4
Gözlenen İnsan İlişkileri Niteliği Seviyesi	3,44	3,13	3,24	2,94	3,54	5,96	0,000	0,000	1>4, 5>4
İdeal Nitelikler (Çok Değişkenli)	<b>Wilk's Lambda</b>					<b>F</b>	<b>p</b>	<b><math>\eta^2</math></b>	
	0,945					2,43	0,004	0,019	

1.Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik, 2.Turizm İşletmeciliği, 3.Seyehat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği, 4.Gastronomi ve Mutfak Sanatları, 5.Konaklama İşletmeciliği

Barlet Kürsellik Testi sonucunda korelasyonun MANOVA için uygun olduğu görülmüştür ( $p < .05$ ). Kovaryans matrisinin eşitliği Box's M testi kullanılarak test edilmiştir. Anlamlılık değeri .05'in üzerinde olduğu takdirde kovaryans matrisinin homojen olduğunu söylemek mümkündür (Hair vd., 2009: 234). Box's M testi sonucuna göre anlamlılık düzeyi .002 bulunmuştur. Ancak Box's M testinin sonucu, büyük örneklemelere karşı hassas olduğundan ve çalışma kapsamında ulaşılan örneklem büyüklüğü 518 olduğundan, anlamlı çıkan sonuçlar da tolere edilebilir (Tabachnick ve Fidell, 2007: 86). Varyansların homojen dağılıp dağılmadığını tespit etmek üzere Levene Testi'nin sonuçlarına bakılmıştır. İlgili test sonuçlarına göre, gözlenen kişilik ( $p: .787$ ) ve insan ilişkileri nitelikleri ( $p: .257$ ) boyutlarında varyans homojen dağılırken, mesleki nitelikler ( $p: .028$ ) boyutunda varyans homojen değildir. Ancak Pallant (2005: 258)'ın belirttiği gibi hücre başına düşen sayı 30'un üzerinde olduğu için analize devam edilmiştir.

İdeal bir öğretim elemanında bulunması gereken nitelikler tüm boyutları (kişilik nitelikleri, mesleki nitelikler, insan ilişkileri nitelikleri) ile birlikte dikkate alındığında, gözlenen nitelik seviyesinin araştırmaya katılan öğrencilerin bölümlerine göre anlamlı biçimde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ( $F=2,43$ , Wilk's Lambda=.945,  $p < .05$ ). Buna göre, H5 kabul edilmiştir. Bu etki düşük seviyededir ( $\eta^2: .019$ ).

MANOVA testinden sonra, hangi boyutlarda anlamlı farklılıkların olduğu incelenmiştir. Birinci tip hatanın oluşumunu azaltmak için güvenilirlik düzeyi bağımlı değişken sayısına bölünmüştür (.05/3) (Pallant, 2005: 259). Buna göre; kişilik nitelikleri boyutunda  $p > .017$  olduğundan öğrencilerin bölümlerine göre kişilik niteliklerini gözlem seviyeleri arasında anlamlı bir farklılık bulunamazken, mesleki nitelikler ve insan ilişkileri nitelikleri boyutunda  $p < .017$  olduğundan, anlamlı bir farklılık söz konusudur. Farklılıkların nedenini saptamak amacıyla Post Hoc yapılmış ve mesleki nitelikler boyutunda varyans homojen dağılmadığı için Tamhane Testi'nden, insan ilişkileri nitelikleri boyutunda ise varyans homojen dağıldığından Bonferoni Testi'nden faydalanılmıştır. Test sonuçlarına göre; gözlenen mesleki nitelikler boyutunda; Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik; insan ilişkileri nitelikleri boyutunda ise Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik ve Konaklama İşletmeciliği bölümü öğrencileri, Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü öğrencilerine göre daha olumlu tutum sergilemektedirler. Mesleki nitelik ( $\eta^2: .030$ ) ve insan ilişkileri ( $\eta^2: .000$ ) boyutundaki farklılığın etkisi ise düşüktür.

**Tablo 7: Öğrencilerin Sınıflarına Göre Öğretim Elemanlarından Beklenen İdeal Nitelik Seviyesi**

İdeal Nitelikler	Ortalamalar			Tek Değişkenli		
	2	3	4	F	p	$\xi^2$
Beklenen Kişilik Niteliği Seviyesi	4,52	4,39	4,42	2,33	0,099	0,009
Beklenen Mesleki Nitelik Seviyesi	4,52	4,46	4,48	0,57	0,565	0,002
Beklenen İnsan İlişkileri Niteliği Seviyesi	4,47	4,43	4,34	1,78	0,169	0,007
İdeal Nitelikler (Çok Değişkenli)	<b>Wilk's Lambda</b>			<b>F</b>	<b>p</b>	<b><math>\xi^2</math></b>
	0,975			2,14	0,046	0,012

2: İkinci sınıf, 3: Üçüncü sınıf, 4: Dördüncü sınıf

Barlet Kürsellik Testi sonucunda korelasyonun MANOVA için uygun olduğu görülmüştür ( $p < .05$ ). Kovaryans matrisinin eşitliği Box's M testi kullanılarak test edilmiştir. Anlamlılık değeri .05'in üzerinde olduğu takdirde kovaryans matrisinin homojen olduğunu söylemek mümkündür (Hair vd., 2009: 234). Box's M testi sonucuna göre anlamlılık düzeyi .001 bulunmuştur. Ancak Box's M testinin sonucu, büyük örneklemelere karşı hassas olduğundan ve çalışma kapsamında ulaşılan örneklem büyüklüğü 518 olduğundan anlamlı çıkan sonuçlar da tolere edilmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2007: 86). Varyansların homojen dağılıp dağılmadığını tespit etmek amacıyla Levene Testi'nin sonucuna bakılmış ve beklenen kişilik nitelikleri ( $p: .009$ ) ve mesleki nitelikler ( $p: .009$ ) boyutunda varyansın homojen dağılmadığı, beklenen insan ilişkileri boyutunda ise homojen dağıldığı ( $p: .276$ ) tespit edilmiştir. Pallant (2005: 258)'ın belirttiği gibi hücre başına düşen sayı 30'un üzerinde olduğu için analize devam edilmiştir.

İdeal bir öğretim elemanında bulunması gereken niteliklerin mevcudiyetine yönelik beklenti düzeyinin araştırmaya katılan öğrencilerin sınıflarına göre anlamlı bir biçimde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ( $F=2,14$ , Wilk's Lambda=.975,  $p < .05$ ). Buna göre, H6 kabul edilmiştir. Bu etkinin ise düşük düzeyde olduğu görülmektedir ( $\eta^2: .012$ ).

MANOVA testinden sonra, hangi boyutlarda anlamlı farklılıkların olduğu incelenmiştir. Birinci tip hatanın oluşumunu azaltmak için güvenilirlik düzeyi, bağımlı değişken sayısına bölünmüştür

(.05/3) (Pallant, 2005: 259). Buna göre her bir boyut tek tek incelendiğinde  $p > .017$  olduğundan, anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

**Tablo 8: Öğrencilerin Sınıflarına Göre Öğretim Elemanlarında Gözlenen İdeal Nitelik Seviyesi**

İdeal Nitelikler	Ortalamalar			Tek Değişkenli			Çoklu Karşılaştırma Testi
	2	3	4	F	p	$\eta^2$	
Gözlenen Kişilik Niteliği Seviyesi	3,62	3,47	3,62	2,48	0,084	0,010	-
Gözlenen Mesleki Nitelik Seviyesi	3,39	3,16	3,38	4,40	0,013	0,017	2>3
Gözlenen İnsan İlişkileri Niteliği Seviyesi	3,32	3,04	3,42	8,19	0,000	0,031	2>3, 4>3
İdeal Nitelikler (Çok Değişkenli)	Wilk's Lambda			F	p	$\eta^2$	
	0,964			3,16	0,004	0,018	

2: İkinci sınıf, 3: Üçüncü sınıf, 4: Dördüncü sınıf

Barlet Kürsellik Testi sonucunda korelasyonun MANOVA için uygun olduğu görülmüştür ( $p < .05$ ). Kovaryans matrisinin eşitliği Box's M testi kullanılarak test edilmiştir. Anlamlılık değeri .05'in üzerinde olduğu takdirde kovaryans matrisinin homojen olduğunu söylemek mümkündür (Hair vd., 2009: 234). Box's M testi sonucuna göre anlamlılık düzeyi .087 bulunmuştur. Bu durumda kovaryans matrisi homojendir. Varyansların homojen dağılıp dağılmadığını tespit etmek üzere ise, Levene Testi'nin sonuçlarına bakılmıştır. İlgili test sonuçlarına göre, gözlenen kişilik nitelikleri ( $p: .187$ ) ve mesleki nitelikler boyutunda ( $p: .068$ ) varyans homojen dağılırken, gözlenen insan ilişkileri nitelikleri boyutunda ( $p: .030$ ) varyans homojen dağılmamaktadır. Ancak; Pallant (2005: 258)'in belirttiği gibi hücre başına düşen sayı 30'un üzerinde olduğu için analize devam edilmiştir.

Gözlenen nitelik seviyesinin araştırmaya katılan öğrencilerin sınıflarına göre anlamlı bir biçimde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (  $F=3,16$ , Wilk's Lambda=.964,  $p < .05$ ). Buna göre; H7 kabul edilmiştir. Bu etkinin düşük seviyede olduğu görülmektedir ( $\eta^2: .018$ ).

MANOVA testinin ardından, hangi boyutlarda anlamlı farklılıkların olduğu incelenmiştir. Birinci tip hatanın oluşumunu azaltmak için güvenilirlik düzeyi bağımlı değişken sayısına bölünmüştür (.05/3) (Pallant, 2005: 259). Her bir boyut ayrı ayrı incelendiğinde, gözlenen kişilik nitelikleri boyutunda anlamlı bir farklılık mevcut değilken ( $p > .017$ ), gözlenen mesleki ve insan ilişkileri nitelikleri boyutunda  $p < .017$  olduğundan anlamlı bir farklılık vardır. Farklılığın nedenini saptamak amacıyla, Post Hoc uygulanmıştır. Mesleki nitelik boyutunda varyans homojen dağıldığından farklılığın tespitinde Bonferroni testinden faydalanılırken, insan ilişkileri nitelikleri boyutunda varyans homojen dağılmadığı için Tamhane testi kullanılmıştır. Testten elde edilen sonuçlara göre; gözlenen mesleki nitelikler boyutunda ikinci sınıf öğrencileri, üçüncü sınıf öğrencilerine nazaran; gözlenen insan ilişkileri boyutunda ise ikinci ve dördüncü sınıf öğrencileri üçüncü sınıf öğrencilerine nazaran daha pozitif yaklaşım sergilemektedirler. Mesleki nitelikler ( $\eta^2: .017$ ) ve insan ilişkileri ( $\eta^2: .031$ ) boyutundaki farklılığın etkisi ise düşük seviyededir.

## 4. SONUÇ

Bu araştırma; kişilik nitelikleri, mesleki ve insan ilişkileri niteliklerinin, öğretim elemanlarında bulunmasına yönelik öğrenci beklentisinin ve ne derece bulunduğuna yönelik gözlem derecesinin belirlenmesi amacıyla yapılmıştır.

Araştırmadan elde edilen verilerin analizinde, söz konusu niteliklerin tüm boyutlarında, öğrencilerin beklenti ve gözlem düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $p < .05$ ). Bu kapsamda kişilik niteliklerine yönelik öğrenci beklentisi 4,44 seviyesinde iken, gözlenen değer 3,56; mesleki niteliklere yönelik beklenti seviyesi 4,48 iken, gözlenen değer 3,30 ve insan ilişkileri niteliklerine yönelik öğrenci beklentisi seviyesi 4,42 iken, gözlenen değer 3,24'tür.

Öğrencilerin eğitim odaklı demografik özelliklerinin, niteliklere yönelik beklenen ve gözlenen değer üzerinde farklılığa neden olup-olmadığını belirlemek amacıyla yapılan MANOVA testlerinin sonuçlarına göre ise; öğrencilerin eğitim gördükleri birimlere göre öğretim elemanlarından beklenen nitelik seviyesinde anlamlı bir farklılığın bulunmaması dışında (MANOVA p değeri .05'ten büyük), birimlere göre gözlenen nitelik seviyesi, bölümlere ve sınıflara göre beklenen ve gözlenen nitelik seviyeleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır (MANOVA için  $p < .05$ ). Daha sonra demografik değişkenlerin farklılık yaratması durumuna tüm nitelik boyutları için tek tek bakılmış ve birimlere göre gözlenen niteliklerin tüm boyutlarında, bölümlere göre beklenen kişilik nitelikleri, bölümlere göre gözlenen mesleki ve insan ilişkileri nitelikleri, sınıflara göre gözlenen mesleki ve insan ilişkileri boyutlarında anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır (.05/3,  $p < .17$ ). Farklılıkların kaynağını belirlemek için Post Hoc Testi yapılmıştır. Elde edilen dikkat çekici sonuçlara bakıldığında ise; öğrencilerin birimlerine göre kişilik nitelikleri, mesleki ve insan

ilişkileri nitelikleri gözlem seviyeleri arasındaki farklılığın, tüm nitelik boyutlarında meslek yüksekokulu ve yüksekokul öğrencilerinin, fakülte öğrencilerinden daha olumlu bir tutum sergilemelerinden kaynaklandığı görülmektedir. Bunun nedeni olarak da, fakülte öğrencilerinin üniversiteye giriş puanı itibarıyla genel olarak meslek yüksekokulu ve yüksekokul öğrencilerinden daha başarılı olmaları ve kurumlarında görev yapan öğretim elemanlarından kişilik nitelikleri, mesleki ve insan ilişkileri nitelikleri boyutundaki beklentilerinin daha yüksek olabileceği gösterilebilir.

Bir başka dikkat çekici sonuç olan bölümlere göre mesleki ve insan ilişkileri niteliklerinin, öğretim elemanlarında gözlem seviyesinin farklılaşmasında; mesleki nitelik boyutunda Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümü öğrencilerinin, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü öğrencilerinden, insan ilişkileri nitelikleri boyutunda ise Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik ve Konaklama İşletmeciliği Bölümü öğrencilerinin, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü öğrencilerinden daha olumlu bir tutum sergilemeleri etkilidir. Bu durum, Türkiye'de Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü'nün kısa bir geçmişinin olmasından dolayı, henüz ilgili alanda akademik boyutta lisans ve lisansüstü eğitim almış akademisyenlerin mevcut olmaması ya da sayısının oldukça az olmasından ve dolayısıyla uygulamalı derslerin ağırlıklı olduğu bu bölümdeki eğitimin, yeterli düzeyde yetkin olmayan eğiticiler tarafından veriliyor olmasından kaynaklanıyor olabileceği gibi, müfredatlardaki ve teknik uygulama alanlarındaki eksikliklerden de kaynaklanıyor olabileceği

müfredatlardaki ve teknik uygulama alanlarındaki eksikliklerden de kaynaklanıyor olabilir. Buna göre ilgili sonuç; “öğrenciyle iletişimi ve uygulama ders kalitesini gerektiren Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümleri’ndeki eksikliğin bir göstergesidir” şeklinde yorumlanabilir.

Son olarak, öğrencilerin sınıflarına göre mesleki ve insan ilişkileri niteliklerini gözlemlene seviyelerinin farklılaşmasında, mesleki nitelik boyutunda ikinci sınıf öğrencilerinin üçüncü sınıf öğrencilerinden ve insan ilişkileri nitelikleri boyutunda, ikinci ve dördüncü sınıf öğrencilerinin üçüncü sınıf öğrencilerinden daha olumlu tutum sergilemeleri etkilidir. Bu sonucun, çoğu turizm eğitimi veren kurumdaki müfredatlarda, mesleki yeterlilik gerektiren uygulama derslerinin ağırlıklı olarak üçüncü sınıf itibarıyla veriliyor olmasından ve bu dönemde alınan uygulama derslerinin ve uygulama derslerini veren öğretim elemanlarının, öğrencilerin mesleki ve insan ilişkileri nitelikleri açısından beklentilerini karşılayamamasından kaynaklanıyor olması muhtemeldir.

## KAYNAKÇA

Akgöl H. (1994), Eğitim Fakültelerindeki Öğretim Elemanları Ve Öğrencilerin İdeal Bir Öğretim Elemanının Nitelikleri Hakkındaki Görüşleri İle Kendi Kurumlarındaki Öğretim Elemanlarının Bu Nitelikleri Uygunluklarının Karşılaştırılması, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İzmir.

Atherton J. (1999), “Resistance To Learning: A Discussion Based On Participants In In-Service Professional Training Programmes, Journal Of Vocational Education&Training, 51(1):77-90.

Boylu Y. (2004), Anadolu Otelcilik Ve Turizm Meslek Liselerinde Öğrenim Gören Öğrencilerin Okul Amacına Yönelik Beklentilerinin Değerlendirilmesi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Ankara.

Christou E. S. (1999), “Hospitality Management Education In Greece: An Exploratory Study”, Tourism Management, 20:683-691.

Erdinç, S. B. ve Yılmaz, G. (2012), Günümüzde Turizm Eğitiminin Yükseköğretim İçerisindeki Yeri, Turizm Eğitimi Konferansı-Tebliğler, 18-31.

Gürdal M. (2002), Türkiye’de Mesleki Turizm Eğitiminin Yapısal Analizi, Okullaşma, Eğitimin Kalitesi, Staj-İstihdam Sorunları Ve Çözüm Önerileri, Turizm Eğitim Konferansı, Turizm Bakanlığı, 391-400, Ankara.

Hair J. F., Black W.C., Babin B. J. ve Anderson R. E. (2009), Multivariate Data Analysis (Seventh Ed.), New York: Prentice Hall.

Hodkinson P. (1998), “Technicism, Teachers And Teaching Quality In Vocational Education And Training, Journal Of Vocational Education&Training, 50(2):193-208.

Pallant J. (2005), SPSS Survival Manual (Second Ed.), Sydney: Allen Unwin.

Şahin İ. ve Fındık T. (2008), “Türkiye’de Mesleki Ve Teknik Eğitim: Mevcut Durum, Sorunlar Ve Çözüm Önerileri”, Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, 12(3):65-86.

Tabachnick B. G. ve Fidell L. S. (2007), Using Multivariate Statistics (Fifth Ed.), Boston: Pearson Education, Inc.

Tabbron G. ve Yang J. (1997), “The Interaction Between Technical And Vocational Education And Training (TVET) And Economic Development In Advanced Countries, I.J.E.D., 17(3):323-334.

Turizm Bakanlığı Eğitim Genel Müdürlüğü, Turizm Eğitim

Konferans/Workshop Sonuç Bildirgesi, 17-19 Ekim 2012, Ankara.

Tuyluoğlu T. (2003), Türkiye’de Turizm Eğitiminin Niteliği, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Ünlüönen K. ve Boylu Y. (2005), “Türkiye’de Yükseköğretim Düzeyinde Turizm Eğitimindeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 3(12):11-32.



# DÖRT VE BEŞ YILDIZLI OTEL MUTFAKLARINDA ÇALIŞAN MUTFAK PERSONELİNİN GIDA GÜVENLİĞİ KONUSUNDA BİLGİ DÜZEYLERİNİN SAPTANMASI

Mehmet KABACIK\*\*

## ÖZET

*Araştırma Dört ve beş yıldızlı otel mutfaklarında çalışan mutfak personelinin gıda güvenliği konusunda bilgi düzeylerinin saptanmak amacıyla planlanıp yürütülmüştür. Araştırma Antalya, Trabzon, Çanakkale, Gaziantep ve İzmir İli Çeşme İlçesinde bulunan 6 dört yıldızlı, 13 beş yıldızlı olmak üzere toplam 19 otelde, 377 mutfak personeline anket uygulanmıştır. Çalışanların gıda güvenliği ile ilgili sorulara verilen cevaplarla otellerin yıldız sayısı arasında bir ilişki olup olmadığını test etmek amacıyla Ki-Kare(Chi-Square) başarı testinden aldıkları puanların ortalamasını saptamak için One-Way Anova analiz yöntemi uygulanmıştır. Otellerin yıldız sayısına göre başarı testinden almış oldukları puanların ortalamasını karşılaştırmak için t testi uygulanmıştır.*

*Anahtar Kelimeler: Otel mutfakları, mutfak personeli, HACCP, gıda güvenliği*

## DETERMINING THE FOOD SAFETY KNOWLEDGE LEVEL OF THE KITCHEN STAFF WORKING FOR 4 AND 5 STAR HOTEL KITCHENS

### ABSTRACT

*This study is planned and conducted with the aim of determining the food safety knowledge level of the kitchen staff working for 4 and 5 star hotel kitchens. In the study 377 kitchen staff from 6 four-star and 13 five-star totally 19 hotels in Antalya, Trabzon, Çanakkale, Gaziantep and Çeşme in Izmir province were surveyed. Chi square test was applied to check whether there is a relation between answers given to the questions about food safety and star numbers of the hotels. One way ANOVA was applied to determine the average of the scores of achievement test among mentioned groups. Finally to compare the average of achievement test scores with respect to the star numbers of the hotels, t-test was used.*

*Keywords: hotel kitchens, kitchen staff, HACCP, food safety*

### 1.GİRİŞ:

Gıda güvenliği, bütün insanların aktif ve sağlıklı bir yaşam için gerekli olan besin ihtiyaçlarını ve gıda önceliklerini karşılayabilmek amacıyla yeterli, sağlıklı ve güvenilir gıdaya fiziksel ve ekonomik bakımdan erişimleri ve sürdürmeleri durumudur(Özel 2003).

Gıda güvenliği hizmetinin amacı; gıdaların üretimden tüketime kadar olan aşamalarda, hijyenik ve kimyasal yönlerden denetim, kontrol ve muayene edilerek bunların en uygun sağlık ve teknik koşullar içinde işlenmesi, saklanması, taşınması ve dağıtılması, kullanılması ve pazarlanmasının gerçekleştirilmesini ve elverişli olmayan nedenlerle oluşacak çeşitli hastalık ve zehirlenme etkenleri ile bulaşmanın besin ve besin değeri kayıplarının önlenmesini sağlamaktır(Aslan, 2005).

*\*Bu çalışma Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Aile Ekonomisi ve Beslenme Eğitimi Bilim Dalında Yrd. Doç. Dr. Saime KÜÇÜK-KÖMÜRLER danışmanlığında tamamlanan "Dört ve Beş Yıldızlı Otel Mutfaklarında Çalışan Personelin Gıda Güvenliği Konusunda Bilgi Düzeylerinin Saptanması" adlı yüksek lisans tezinin verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.*

*\*\*Öğretim Görevlisi, Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkrâm Hizmetleri Bölümü*

Konaklama tesislerinde sunulan hizmetlerin en önemli bölümünü mutfak hizmetleri oluşturmaktadır. Toplu beslenme sistemleri adı altında incelenen bu hizmetlerde mutfak temizliği kurumlar için belirlenen sanitasyon standartları ve personel hijyen kurallarının işlenmesiyle sağlanabilir. Standartların belirlenmediği ve hijyen kurallarının işletilmediği yerlerde besin enfeksiyon ve zehirlenmeleri önemli bir halk sağlığı sorunu oluşturur(Baş ve Merdol 1999).

Otel mutfaklarında gıda güvenliğinin sağlanabilmesi, gıdaların üretiminden taşınmasına, depolanıp saklanmasına, hazırlanıp pişirilmesine ve servis yapılıp tüketilmesine kadar geçen bütün aşamalarda gıda hijyen ve sanitasyonu ilkelerine tümüyle uyulmasına bağlıdır(Baykan, 1981).

Besin hazırlanmasında görev alan personelin insan sağlığı yönünden önemli sorumlulukları vardır. Bu nedenle personelin herhangi bir bulaşıcı hastalık taşımayan bireylerden seçilmesi ve belirli aralıklarla sağlık kontrollerinin yapılması gereklidir. Personelin sağlıklı olması kadar özellikle besinle uğraşırken el, vücut ve giysi temizliğinin de hijyenik bir şekilde sağlanması zorunludur(Dağ, 1996).

#### 1.1.1.Problem

Dört ve Beş Yıldızlı Otellerin mutfaklarında çalışan personelin gıda güvenliği konusunda bilgilerinin saptanması.

#### 1.1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırma Dört ve Beş Yıldızlı Otellerin mutfaklarında çalışan

personelin gıda güvenliği konusunu ne derece bildikleri ve uygulamalarında bu konularda ne kadar bilinçli davrandıklarının saptanması amacıyla planlanıp yürütülmüştür.

### 1.2.3.Araştırmanın Önemi

İnsan yaşamının en önemli gerekleri başında gelen beslenme sağlıklı ve güçlü bir toplum oluşmasında temel etkidir. Beslenme ve gıda tüketim oranları ülkelerin kalkınmışlık düzeyinin önemli bir göstergesidir.

Tüketici, üretici ve dağıtımçı zincirinde tümüyle her kesimi etkileyen gıda kökenli salgın, zehirlenme, bozulma vb. olumsuzluklar, endüstriyel kalite sistemindeki hijyen sorunlarından kaynaklanmaktadır(Günyel, 2001).

Teknolojik gelişmeler, tarım toplumundan sanayileşmeye geçiş hızı, aile bireylerinin özellikle kadının iş dünyasında yerini alması, insanların pek çoğunun ev dışında, başkaları tarafından hazırlanan yiyecekleri tüketme eğilimi ve sosyal aktivitelerin bireylerin hayatındaki yeri ve önemi nedeniyle, ev dışında yemek yeme bir ihtiyaç, bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla da beslenme hizmeti sunan işletmelerde bu açılardan tercih nedeni olmakta ve işlevleri kalite standartları içinde müşterilerin türlü ihtiyaçlarına cevap vermek üzere oluşturulmuş otel işletmeleridir(Tarhan, 1999).

Gıda sektöründe gıda güvenliği, kalitenin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Türk Gıda Sektörü'nde gıda güvenliği anlamında son zamanlarda ciddi gelişmeler kaydedilmektedir. Bu gelişmeler, işletmelerin sadece yasal yaptırımlar açısından, uluslar arası ticaretteki gerekliliği açısından ya da duyarlı tüketici istekleri açısından baskı altında kalmaları nedeniyle ilgili değildir. Aynı zamanda insan sağlığını etkileme açısından da işletmelerin bilinçli hale gelmeleri ve daha çok sorumluluk taşımaları nedeniyle gıda güvenliği ile ilgili gelişmeler sağlanmaktadır(Aksu, 2005).

Kapsamlı bir yiyecek güvenliği stratejisi, risk yönetim amaçlarını, yiyecek güvenliğini ve üretim sistemleri için performans kriterlerini kurmayı gerektirir(Stecchini ve Torre, 2005:96).

Gıdaların sebep olduğu hastalıkların çoğu, tarladan sofraya kadar geçen aşamalarda biriken hastalardan kaynaklanır. Bu nedenle tarladan sofraya kadar geçen bütün aşamalar çok titiz ve sistematik şekilde kontrol edilmelidir. Gıda ürünlerinin insan sağlığı açısından olumsuz etkiler oluşturabilecek unsurlar içermemesi ve güvenli olması büyük önem taşımaktadır. Bilimsel gelişmelere paralel olarak, insan sağlığı açısından gıda güvenliğini sağlamak amacıyla gıda üreticileri tarafından uygulanmak üzere çeşitli kurallar geliştirilmiştir(Seven ve Türker, 2003:28).

Ülkemiz turizm sektöründen önemli gelir girdisi olan ülkeler arasındadır. Turizm gelirlerinin artması ülke ekonomisine önemli katkı sağlamaktadır. Turizmin gelişmesi turistlerin konaklama tesislerinden duydukları memnuniyetle yakından ilgilidir.

Konaklama tesislerinde sunulan hizmetlerin en önemli bölümünü mutfak hizmetleri oluşturmaktadır. Toplu beslenme sistemleri adı altında incelenen bu hizmetlerde mutfak temizliği kurumlar için belirlenen sanitasyon standartları ve personel hijyen kurallarının işlenmesiyle sağlanabilir. Standartların belirlenmediği ve hijyen kurallarının işlenmediği yerlerde besin enfeksiyon ve zehirlen-

Mutfak her çeşit gıda maddesinin işlemlerinin yapıldığı ve sunulmaya hazır hale getirildiği yerlerdir. Otel mutfaklarında ev mutfaklarına göre daha fazla kişiye hizmet verilmektedir.

Otel işletmelerinde gelirin önemli bir kısmını yiyecek- içecek departmanı sağlamaktadır. Otellerin yiyecek içecek satışları değişik hizmet alanlarında gerçekleştirilmektedir. Bunlar arasında genel ve özel yemek salonları, barlar, kafeteryalar, pastaneler bulunmaktadır. Bu alanlarda otelde konaklayan müşterilerin yanı sıra, yalnız bu hizmetlerden yararlanmak için gelen müşterilerde hizmet verilmektedir(Yurdagülen, 1994).

Yiyecek içecek hizmetlerinde, servis edilen yiyeceklerin sağlık açısından herhangi bir risk taşımaması için hizmetin yürütüldüğü her alanda ve hizmetin her aşamasında sanitasyon çok önemlidir. Bu nedenle otellerin yiyecek ve içeceklerle ilgili ana bölümlerinden olan mutfak ve restoranlar da besin, personel, fiziksel alan ve araç- gereç sanitasyonuna gereken önem verilmelidir(Uygun, 1998).

### 1.1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

1. Araştırma Antalya, Trabzon, Çanakkale, Gaziantep ve İzmir/Çeşme'de bulunan dört ve beş yıldızlı otel mutfaklarını kapsamaktadır.
2. Çalışanların yaş, cinsiyet, eğitim seviyelerindeki farklılıklar.
3. İşletmelerde görev yapan personel ile sınırlıdır.
4. Araştırma planlanan zaman ile sınırlıdır.
5. İşletmelerin; kalitesi, işlerine verdikleri önem, tüketiciye verdikleri değere göre sınırlılıklar olması beklenmektedir.

### 1.1.5.Varsayımlar

- Örneklem grubunun evreni temsil edecek nitelikte olduğu varsayılmaktadır.
- Araştırmada ölçme aracı olarak kullanılacak anket formu ve gıda güvenliği başarı testi kullanılacaktır, elde edilen bulguların, otel mutfaklarında çalışan personelin gıda güvenliği konusundaki bilgilerinin düzeyini yansıtacağı varsayılmaktadır.
- İşletmelerin yıldız sayısına,
- Çalışanların cinsiyetine,
- Çalışanların eğitim ve deneyim seviyesine,
- Çalışanların işyerindeki görevine, göre sorulara verdikleri cevaplar arasında farklılık olacağı varsayılmaktadır.

## 2.YÖNTEM

### 2.1.Araştırma Modeli

Dört ve beş yıldızlı otel mutfaklarında çalışan personelin görüşleri doğrultusunda, gıda güvenliği konusundaki bilgi düzeylerinin ortaya konulması ve otellerin yıldız sayıları ile mutfak personelinin bilgi düzeyleri arasında bir ilişkinin olup olmadığının belirlenmesi amacıyla planlanıp yürütülen bu çalışmanın yöntemi, tarama modelinde betimsel bir araştırmadır.

### 2.2.Araştırmanın Evreni

Araştırmanın evrenini Antalya, Trabzon, Çanakkale, Gaziantep ve İzmir İli Çeşme İlçesinde bulunan daha çok turizm sektöründe hizmet veren dört ve beş yıldızlı otel mutfaklarında çalışan personel oluşturmaktadır.

### 2.3.Araştırmanın Örnekleme

Örneklemin oluşturulmasında Antalya, Trabzon, Çanakkale, Gaziantep ve İzmir İli Çeşme İlçesinde bulunan dört ve beş yıldızlı otel mutfaklarında çalışan personel, tesadüfi yöntemlerle belirlenmiştir.

Araştırmanın örneklemini 6 dört yıldızlı, 13 beş yıldızlı olmak üzere toplam 19 otel ve bu otellerde anketlere cevap veren 377 mutfak personeli oluşturmaktadır.

### 2.4.Verilerin Toplanması

Araştırma verilerinin toplanmasında araştırmacı tarafından, konu ile ilgili araştırmalardan yararlanılarak, uzman görüşleri alınarak, geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılarak, geliştirilen anket formu ve gıda güvenliği başarı testi kullanılmıştır. Anketler araştırmacı tarafından bizzat yüzyüze görüşme yöntemiyle doldurulmuştur. Anket formu iki bölüme ayrılmıştır. Birinci bölümde genel bilgiler, ikinci bölümde ise personelin gıda güvenliği ile ilgili tutumları yer almaktadır. Gıda güvenliği başarı testinde; depolar, yiyecek hazırlama ve pişirme alanları, personel hijyeni ve besin hijyeni ile ilgili sorular yer almaktadır.

### 2.5.Verilerin Analizi

Toplanan veriler SPSS 13.0 istatistik programı kullanılarak analiz edilmiştir. Mutfak personelinin genel bilgilerini analiz etmede frekans(f) ve yüzde(%) değerleri kullanılmıştır. Çalışanların gıda güvenliği ile ilgili sorulara verdikleri cevaplarla otellerin yıldız sayısı arasında bir ilişki olup olmadığını test etmek amacıyla Ki-Kare(Chi-Square) analiz yöntemi uygulanmıştır. Çalışanların başarı testinden aldıkları puanların ortalamasını saptamak için One-Way Anova analiz yöntemi uygulanmıştır. Otellerin yıldız sayısına göre başarı testinden almış oldukları puanların ortalamasını karşılaştırmak için t testi uygulanmıştır. Başarı testinde 33 soru sorulmuş ve her doğru cevaba 3 puan verilmiştir. Buna göre değerlendirme aşağıdaki gibi yapılmıştır.

99-85	Çok iyi
84.9-70	İyi
69.9-55	Orta
54.9-45	Zayıf
44.9-0	Çok zayıf

## 3.BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmaya katılan personele ait demografik bilgiler ile farklı yıldızlı otel mutfaklarında çalışan personelin gıda güvenliği ile ilgili tutumları ve sorulara verdikleri cevapların dağılımı, sorulardan aldıkları puanların karşılaştırılmasına ait bilgilere yer verilmiş ve yorumlanmıştır.

### 3.1.Personele Ait Demografik Bilgiler

Araştırmaya katılan personelin yaşı, öğrenim durumu, işyerindeki görevi ve hizmet sürelerine ilişkin bilgilerin dağılımı verilmiştir.

**Tablo: 1 Personele Ait Demografik Bilgilerin Dağılımı(n=377)**

<b>Yaş</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
18 ve altı yaş	55	14.6
19-25 yaş	110	29.2
26-35 yaş	148	39.3
36-40 yaş	37	9.8
41-45 yaş	24	6.4
46 ve üzeri yaş	3	0.8
<b>Cinsiyet</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Kadın	33	8.8
Erkek	344	91.2
<b>Öğrenim Durumu</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
İlkokul	123	32.6
Ortaokul	76	20.2
Lise	164	43.5
Yüksekokul	14	3.7

Çalışanların %39.3'ü 26-35 yaş aralığındadır. Bu durum Türkiye'de genç nüfusun fazla olması ile doğru orantılı olarak açıklanabilir. Çalışanların %91.2'sini erkek, %8.8'ini kadın oluşturmaktadır. Görüldüğü gibi otel mutfaklarında çalışanların büyük kısmını erkekler oluşturmaktadır, kadın çalışanların az olması sosyo-kültürel etmenlere bağlı olabilir. Çalışanların %43.5'i lise mezunu, %32.6'sı ilkokul mezunu, %20.2'si ortaokul mezunu, %3.7'si yüksekokul mezunudur.

**Tablo 2: Çalışanların İşyerindeki Görevi Hizmet Süreleri ve Çalışma Saatlerinin Dağılımı(n=377)**

<b>İşyerindeki Görevi</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Aşçıbaşı	20	5.3
Su şefi	18	4.8
Bölüm şefi	85	22.5
Demi chef	85	22.5
Komi	69	18.3
Stajyer	35	9.3
<b>Stewart (Bulaşıkçı)</b>	<b>48</b>	<b>12.7</b>
Depocu	9	2.4
Gıda mühendisi	8	2.1
<b>Hizmet Süresi</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
1-5	108	28.6
6-10	124	33.0
11-15	71	18.8
16-20	47	12.5
21-25	20	5.3
26 ve üstü	7	1.8
<b>Çalışma Saati</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
8	119	31.6
9	24	6.4
10	176	46.7
11	3	0.8
12 ve üstü	55	14.6

Çalışanların büyük kısmını bölüm şefi (%22.5) ve demi chef (%22.5) oluşturmaktadır. Bölüm şefi ve demi chef'in fazla olması her otelde bu pozisyonda çalışan personelin çok olmasından dolayıdır. Araştırmaya katılanların %5.3'ünü aşçıbaşı, % 2.1'ni de Gıda Mühendisi veya Hijyen Sorumlusu oluşturmaktadır. Bu da gösteriyor ki otellerin çoğunda Gıda Mühendisi veya Hijyen Sorumlusu bulunmamaktadır, ayrıca aşçıbaşı ve su şefinin az olması her otelde birer tane olmasından dolayıdır Çalışanların çoğunluğu, (%33.0) 6-10 yıldır bu meslekte çalışıyor, %28.6. 26 yıl ve daha fazla süredir bu meslekte çalışıyor. Çalışanların yarıya yakını (%46.7) günde 10 saat çalışırken % 31.6'sı günde 8 saat çalışmaktadır.

**Tablo 3: Çalışanların İşe Alınmadan Önce ve Alındıktan Sonra Sağlık Kontrollerinden Geçme Durumları, Kontrol Süreleri ve Yapılan Kontrollerin Dağılımı**

<b>İşe Alınmadan Önce Sağlık Kontrolünden Geçme Durumu (n=377)</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Kontrolden geçtim	372	98.7
Kontrolden geçemedim	5	1.3
<b>İşe Alınmadan Önce Muayene Olunan Bölümler (n=372)</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Ağız-Diş	6	1.6
Görme	1	0.3
Dahiliye	365	98.1
<b>İşe Alındıktan Sonra Düzenli Sağlık Kontrolünden Geçme Durumu (n=377)</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Kontrolden geçiyorum	362	96.0
Kontrolden geçmiyorum	15	4.0
<b>Düzenli Sağlık kontrolünden Geçme Süreleri (n=377)</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Ayda Bir	3	0.8
Üç Ayda Bir	196	52.0
Altı Ayda Bir	164	43.5
Yılda Bir	14	3.7
<b>Düzenli Olarak Yapılan Sağlık Kontrolleri (n=377)</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Boğaz Kontrolü	23	6.1
İdrar-Gaita Kontrolü	265	70.3
Akeiğer Filmi Çekilir	89	23.6

Tablo 3'te görüldüğü gibi çalışanların %98.7'inin işe alınmadan önce sağlık kontrollerinden geçtiği, bunların da %98.1'inin

dahiliye bölümünde muayene oldukları saptanmıştır. Yine çalışanların %96.0'nun işe alındıktan sonra düzenli olarak sağlık kontrollerinden geçtiği, bunların da %52.0'nun üç ayda bir, %43.1'inin ise altı ayda bir düzenli kontrollerini yaptırdıkları, %70.3'ünün idrar-gaita kontrolü, %23.6'sında akciğer filmi çekimini işe alındıktan sonra düzenli olarak yaptırdıkları saptanmıştır.

**Tablo 4: İşyerlerinin Üniforma Verme Durumu, Çalışanların Üniforma Dışında Giydikleri Giysiler, Temizleme Süreleri ve Temizleme Yerlerinin Dağılımı (n=377)**

<b>İşyerinin Üniforma Verme Durumu</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Veriyor	376	99.7
Vermiyor	1	0.3
<b>Giysilerinin Temizlenme Süresi</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Her gün	334	88.6
Üç Günde Bir	36	9.5
Haftada Bir	3	0.8
On Beş Günde Bir	3	0.8
Ayda Bir	1	0.3
<b>Giysilerinin Temizlendiği Yer</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
İş Yerinde	367	97.3
Evde	10	2.7

Çalışanların tamamına yakınına (%99.7) işyeri üniforma vermektedir, yine çalışanların %88.6'sının giysilerinin her gün temizlendiği saptanmıştır, ayrıca giysilerin büyük kısmı (%97.3) iş yerinde temizlenmektedir. Bu durum, giysilerin temizliği konusunda işletmelerin duyarlı davrandığını göstermektedir.

**Tablo 5: Çalışanların İşyerlerinde Her Üniteye El Yıkama Lavabosu Bulunma Durumu ve Çalışanların El Yıkama Durumlarının Dağılımı (n=377)**

<b>Her Üniteye El Yıkama Lavabosu Bulunma Durumu</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Var	367	97.3
Yok	10	2.7
<b>Çalışanların Ellerini Yıkama Durumları</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Mutfığa Her Girişte	10	2.7
Her İşe Başlamadan	13	3.4
Para vb. Dokununca	-	-
Tuvaletten Çıkınca	3	0.8
Hepsi	351	93.1

Çalışanların %89.9'unun işyerlerinde her üniteye ayrı el yıkama lavabosu bulunduğu saptanmıştır. Çalışanların %90.8'inin mutfığa her girişte, her işe başlamadan önce ellerini yıkadıkları

**Tablo 6: Çalışanların Çalışma Ortamlarının Güvenliğinin Yeterlilik Durumu ve Çalışanların İşyerlerinde Maruz**

Çalışma Ortamının Güvenliğinin Yeterliliği	N	%
Evet	327	86.7
Hayır	14	3.7
<b>Kısmen</b>	<b>36</b>	<b>9.5</b>
İşyerinde Maruz Kalınan Kazalar	N	%
Kesikler	302	80.1
Yanıklar	40	10.6
Çarpmalar	7	1.9
Hiçbiri	13	7.4

**Kaldıkları Kazaların Dağılımı (n=377)**

Çalışanların %86.7'si çalışma ortamlarının güvenli olduğunu belirtmişlerdir. %9.5'i de kısmen çalışma ortamlarının güvenli olduğunu belirtmişlerdir. Bu durum işletmelerin çalışma ortamının güvenliğine önem verdiklerini göstermektedir. İşyerlerinde en çok maruz kalınan kaza ise kesiklerdir(%80.1). Bu da çalışanların çalışma esnasındaki dikkatsizliğinden olabilir.

**Tablo 7: Çalışanların Hizmet İçi Eğitim Alma Durumları ve Hizmet İçi Eğitimi Veren Kişinin Dağılımı**

Düzenli Hizmet İçi Eğitim Alma Durumu (n=377)	N	%
Evet	335	88.9
Hayır	42	11.1
Eğitim Verilen Konular (n=335)	N	%
İlk Yardım	66	17.5
İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği	61	16.2
Kişisel Gelişim ile İlgili Konular	1	0.3
Sağlıklı Beslenme	7	1.9
Hijyen Konusunda	200	53.1

Tablo 7'ye bakıldığında çalışanların %88.3'ünün hizmet içi eğitim aldıkları, hizmet içi eğitim alanların % 61.0'ının eğitimlerini özel bir firma yetkilisinden , % 9.6'sının da işyeri yöneticisinden aldıkları saptanmıştır. Otellerin hizmetçi eğitimlere verdikleri önemin arttığını göstermektedir.

**Tablo 8: Çalışanların Düzenli Hizmet İçi Eğitim Alma Durumları ve Eğitim Aldıkları Konuların Dağılımı**

Sorular	Cevaplar	4 yıldız		5 yıldız		Toplam		p
		N	%	N	%	N	%	
Daha önce güvenli gıda konularında eğitim aldınız mı?	Evet	59	76.6	274	91.3	333	88.3	.001**
	Hayır	18	23.4	26	8.7	44	11.7	
İş yernizde düzenli hizmet içi eğitim veniyor mu?	Evet	59	76.6	274	91.3	333	88.3	.001**
	Hayır	18	23.4	26	8.7	44	11.7	

Çalışanların daha önce hijyen eğitimini alma durumlarına bakıldığında 4 yıldızlı otel çalışanlarının %76.6'sı hijyen eğitimi alırken, 5 yıldızlı otel çalışanlarının %91.3'ü daha önce hijyen eğitimi aldığı belirlenmiştir. Otellerde yıldız sayısı arttıkça hijyen eğitimi alma durumları artmaktadır. Bu durum istatistiksel olarak anlamlıdır(p<0.05).

Çalışanların işyerinde düzenli hizmet içi eğitim alma durumlarına bakıldığında 4 yıldızlı otel çalışanlarının %76.6' sını düzenli hizmet içi eğitimi alırken, 5 yıldızlı otel çalışanlarının %91.3' ü düzenli hizmet içi eğitim aldığı belirlenmiştir. Çalışanların düzenli hizmet içi eğitim almaları ile otellerin yıldız sayıları arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur(p<0.05).

**Tablo:10 Çalışanların Depolarla İlgili Sorulara Verdikleri Cevapların Dağılımı(n=360)**

Sorular	Cevaplar	4 yıldız		5 yıldız		Toplam		p
		N	%	N	%	N	%	
Soğuk depo ve buzdolabının ısı 5 derecenin altında tutulmalı	Doğru	70	95.9	282	98.3	352	97.8	.207
	Yanlış	3	4.1	5	1.7	8	2.2	
Soğuk depo veya buzdolabında saklanan yiyeceklerin üzerleri kapak, film veya folyo gibi gereçlerle kapatılmalı	Doğru	71	97.3	287	100.0	358	99.4	.041*
	Yanlış	2	2.7	0	0	2	.6	
Soğuk depo ve buzdolabında pişmiş yiyecekler çiş yemeklerden ayrı tutulmalı	Doğru	71	97.3	287	100.0	358	99.4	.041*
	Yanlış	2	2.7	0	.0	2	.6	
Soğuk depo ve buzdolabında et ve et ürünleri diğer yiyeceklerden ayrı tutulmalı	Doğru	71	97.3	287	100.0	358	99.4	.041*
	Yanlış	2	2.7	0	0	2	.6	
Kuru depo veya kilerin ısı yaklaşık 15 20 derece civarında olmalı	Doğru	64	87.7	280	97.6	344	95.6	.001**
	Yanlış	9	12.3	7	2.4	16	4.4	
Kuru depo veya kilerde su veya kalonfer borularının geçmemesi sağlanmalı	Doğru	63	86.3	277	96.5	340	94.4	.002**
	Yanlış	10	13.7	10	3.5	20	5.6	
Yada geçiyorsa izole edilmeli	Doğru	20	27.4	109	38.0	129	35.8	.102
	Yanlış	53	72.6	178	62.0	231	64.2	
Kuru depo veya kilere güneş ışığı girmeli	Doğru	21	28.8	89	31.0	110	30.6	.414
	Yanlış	52	71.2	198	69.0	250	69.4	
Kuru depo veya kilerde kuru gıdalar, konserve, baharat v.b. yiyecekler saklanmalı	Doğru	63	86.3	249	86.8	312	86.7	.525
	Yanlış	10	13.7	38	13.2	48	13.3	
Depo veya kilerden yiyecek çıkışında "ilk giren ilk çıkar" ilkesine uyulmalı	Doğru	70	95.9	277	96.5	347	96.4	.511
	Yanlış	3	4.1	10	3.5	13	3.6%	
Temizlik araç ve gereçleri ayrı bir depoda tutulmalı	Doğru	67	91.8	284	99.0	351	97.5	.003
	Yanlış	6	8.2	3	1.0	9	2.5	

Çalışanların depolarla ilgili sorulara verdikleri cevapların dağılımına bakıldığında, “Soğuk depo veya buzdolabında saklanan yiyeceklerin üzerleri kapak film veya folyo gibi gereçlerle kapatılmalı” (p<0.04). “Soğuk depo ve buzdolabında pişmiş yiyecekler çiğ yemeklerden ayrı tutulmalı” (p<0.04). “Soğuk depo ve buzdolabında et ve et ürünleri diğer yiyeceklerden ayrı tutulmalı” (p<0.04). “Kuru depo veya kilerde su veya kalorifer borularının geçmemesi sağlanmalı, yâda geçiyorsa izole edilmeli” (p<0.01). “Kuru depo veya kilerin ısı yaklaşık 15 -20c° derece civarında olmalı” (p<0.01). “Temizlik araç ve gereçleri ayrı bir depoda tutulmalı” (p<0.01). ifadelerine verilen cevaplarda istatistiksel olarak fark bulunmuştur. Bu da gösteriyor ki beş yıldızlı otel mutfaklarında çalışan personelin depolarla ilgili bilgi düzeyi dört yıldızlı otel mutfaklarında çalışan mutfak personeline göre daha yüksektir.

**Tablo:11 Çalışanların yiyecek hazırlama ve pişirme ilgili sorulara verdikleri cevapların dağılımı**

Sorular	Cevaplar	4 yıldızlı		5 yıldızlı		Toplam		p.
		N	%	N	%	N	%	
Üretim alanında sadece el yıkanması için lavabolar olmalı	Doğru	69	95.8	273	95.1	342	95.3	.545
	Yanlış	3	4.2	14	4.9	17	4.7	
	Toplam	72	100.0	287	100.0	359	100.0	
Hazırlamada kullanılan doğrama tahtaları ve bıçaklar aynı ayı renklerde olmalı	Doğru	70	97.2	279	97.2	349	97.2	.677
	Yanlış	2	2.8	8	2.8	10	2.8	
	Toplam	72	100.0	287	100.0	359	100.0	
Sadece etlem hazırlandığı aynı tezgâh olmalı	Doğru	72	100.0	284	99.0	356	99.2	.510
	Yanlış	0	.0	3	1.0	3	.8	
	Toplam	72	100.0	287	100.0	359	100.0	
Sadece sebzelerin hazırlandığı aynı tezgâh olmalı	Doğru	71	98.6	285	99.7	356	99.4	.362
	Yanlış	1	1.4	1	.3	2	.6	
	Toplam	72	100.0	286	100.0	358	100.0	
Sadece pasta ve hamur işlerinin hazırlandığı aynı tezgâh olmalı	Doğru	72	100.0	285	99.3	357	99.4	.639
	Yanlış	0	.0	2	.7	2	.6	
	Toplam	72	100.0	287	100.0	359	100.0	
Et kütüğü kullanımdan sonra dezenfekte edilmeli	Doğru	71	98.6	285	99.3	356	99.2	.490
	Yanlış	1	1.4	2	.7	3	.8	
	Toplam	72	100.0	287	100.0	359	100.0	
Et kıyırma makinesi kullanımdan sonra dezenfekte edilmeli	Doğru	71	98.6	285	99.3	356	99.2	.490
	Yanlış	1	1.4	2	.7	3	.8	
	Toplam	72	100.0	287	100.0	359	100.0	
Paslanmaz çelikten imal edilmiş tencereler tercih edilmeli	Doğru	71	98.6	284	99.0	355	98.9	.593
	Yanlış	1	1.4	3	1.0	4	1.1	
	Toplam	72	100.0	287	100.0	359	100.0	

Çalışanların yiyecek hazırlama ve pişirme ile ilgili sorulara verdikleri cevaplara bakıldığında istatistiksel olarak bir fark bulunmamıştır(p>0.05). Tablo: 11 de görüldüğü gibi sorulara doğru cevap verenlerin oranı da yüksektir. Bu durum dört ve beş yıldızlı otel mutfaklarında çalışan personelin bilgi düzeyleri bakımından olumlu bir sonuçtur.

**Tablo:12 Çalışanların personel hijyeni ilgili sorulara verdikleri cevapların dağılımı (n=360)**

Sorular	Cevaplar	4 yıldız		5 yıldız		Toplam		p.
		N	%	N	%	N	%	
Personel çiğ yiyecekleri elledikten sonra ellerini sağlıklı olarak yıkamalı	Doğru	70	95.9	262	91.3	332	92.2	.141
	Yanlış	3	4.1	25	8.7	28	7.8	
Dışarıda giyilen giysi ve ayakkabı ile mutfığa girmeli	Doğru	61	83.6	252	87.8	313	86.9	.218
	Yanlış	12	16.4	35	12.2	47	13.1	
Pişmiş veya servise hazır yiyecekleri çıplak elle dokunulabilir	Doğru	5	6.8	23	8.0	28	7.8	.482
	Yanlış	68	93.2	264	92.0	332	92.2	

Çalışanların personel hijyeni ile ilgili sorulara verdikleri cevaplara bakıldığında istatistiksel olarak bir fark bulunmamıştır(p>0.05). Tablo: 12 de görüldüğü gibi sorulara verilen doğru cevapların oranı da yüksektir. Bu durum dört ve beş yıldızlı otel mutfaklarında çalışan personelin bilgi düzeyleri bakımından olumlu bir sonuçtur.

**Tablo:13 Çalışanların besin hijyeni ilgili sorulara verdikleri cevapların dağılımı(n=360)**

Sorular	Cevaplar	4 yıldız		5 yıldız		Toplam		p.
		N	%	N	%	N	%	
Yemeklerin on soğutma işlemi 2-3 saat içerisinde tamamlanmalı	Doğru	70	95.9	249	86.8	319	88.6	.017*
	Yanlış	3	4.1	38	13.2	41	11.4	
Servis edilene kadar sıcak yemekler 60 derecenin üzerinde tutulmalı	Doğru	70	95.9	263	91.6	333	92.5	.163
	Yanlış	3	4.1	24	8.4	27	7.5	
Laboratuvar kontrolü için her yemekten numune alınmalı	Doğru	72	98.6	283	98.6	355	98.6	.732
	Yanlış	1	1.4	4	1.4	5	1.4	
Taze sebze ve meyveler akarsu altında iyice yıkanmalı	Doğru	73	100.0	264	92.0	337	93.6	.005**
	Yanlış	0	.0	23	8.0	23	6.4	
Etiler satın alınırken damgalı olmasına dikkat edilmeli	Doğru	72	98.6	280	97.6	352	97.8	.493
	Yanlış	1	1.4	7	2.4	8	2.2	
Sebzeler önce doğranmalı sonra yıkanmalıdır	Doğru	22	30.1	72	25.1	94	26.1	.231
	Yanlış	51	69.9	215	74.9	266	73.9	
Besinleri ondurma işlemi bakterileri öldürmez üremeleri için durdurur	Doğru	65	89.0	265	92.3	330	91.7	.244
	Yanlış	8	11.0	22	7.7	30	8.3	
Donmuş yiyecekler çözdürüldükten sonra tekrar dondurulamaz	Doğru	72	98.6	282	98.3	354	98.3	.648
	Yanlış	1	1.4	5	1.7	6	1.7	
Çiğ yiyeceklerin hazırlandığı doğrama tahtası ve bıçak pişmiş yiyecekler için kullanılmamalı	Doğru	70	95.9	270	94.1	340	94.4	.394
	Yanlış	3	4.1	17	5.9	20	5.6	
Yiyecekler soğuk depoya sıcakken de koyulabilir	Doğru	69	94.5	265	92.3	334	92.8	.363
	Yanlış	4	5.5	22	7.7	26	7.2	

Çalışanların besin hijyeni ile ilgili sorulara verdikleri cevapların dağılımına bakıldığında, “Yemeklerin ön soğutma işlemi 2-3 saat içerisinde tamamlanmalı” ( $p<0.05$ ). “Taze sebze ve meyveler akarsu altında iyice yıkanmalı” ( $p<0.01$ ). İfadelerine verilen cevaplar da istatistiksel olarak fark bulunmuştur. Tablo.13 de görüldüğü gibi bu ifadelerle dört yıldızlı otel mutfaklarında çalışanların tamamı doğru cevap verirken beş yıldızlı otel çalışanlarının %86.8-%92.0 doğru cevap vermiştir. Bu durum beş yıldızlı otel mutfaklarında çalışanların sayısının ( $n=300$ ) çok olmasından kaynaklanabilir. Tablo: 13 de görüldüğü gibi diğer sorulara verilen cevapların oranı yüksektir ve istatistiksel olarak fark bulunmamıştır ( $p>0.05$ ).

**Tablo:15 Çalışanların Başarı Testinden Almış Oldukları Puanların Yıldız Sayısına Göre T Testi Sonuçları( $n=377$ )**

Oteller	N	X	S	Sd	t	p
4 yıldız	77	75.81	18.99	374	.455	.486
5 yıldız	300	76.84	17.35			

Çalışanların sorulara verdikleri cevapların otellerin yıldız sayısına göre dağılımına bakıldığında; anlamlı bir fark bulunmamıştır [ $t(374)=0.45$ ,  $p>0.05$ ]. beş yıldızlı otel çalışanlarının almış oldukları puanları ortalaması ( $X=76.84$ ), dört yıldızlı otel çalışanlarının almış oldukları puanların ortalamasına ( $X=75.81$ ) göre biraz daha yüksektir. Otel çalışanlarının başarı testinden almış oldukları puanların ortalamasına bakıldığında hiçbir çok iyi (85-100) düzeyde puan alamamışlardır. Bu durum Otelcilik ve Turizm sektöründe gıda güvenliği konusunda henüz istenilen seviyeye ulaşamadığını göstermektedir.

**Tablo:16 Çalışanların Başarı Testinden Almış Oldukları Puanların Öğrenim Durumuna Göre Anova Sonuçları( $n=377$ )**

Öğrenim Durumu	N	X	S	f	p
İlkokul	123	73.27	23.03	3.72	.012*
Ortaokul	76	74.68	20.66		
Lise	164	79.79	10.34		
Yüksek okul	14	79.50	2.56		
Toplam	377	76.63	17.67		

Çalışanların başarı testinden almış oldukları puanların öğrenim durumuna göre anova sonuçlarına bakıldığında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ( $p<0.05$ ). Tablo: 17 de görüldüğü gibi yüksek okul mezunlarının ortalaması 79.50, lise mezunlarının ortalaması 79.79, ortaokul mezunlarının ortalaması 74.68, ilkokul mezunlarının ortalaması ise 73.27 dir. Öğrenim durumu başarı testinden alınan puanların ortalamasını etkilemektedir. Yüksek okul ve lise mezunlarının almış oldukları puanların ortalaması, ortaokul ve ilkokul mezunlarının ortalamasına göre daha yüksektir. Bu durum araştırmamızın varsayımlarını da desteklemektedir.

**Tablo:17 Çalışanların Başarı Testinden Almış Oldukları Puanların İşyerindeki Görevlerine Göre Anova Sonuçları( $n=377$ )**

İşyerindeki Görevi	N	X	S	f	p
Aşçıbaşı	20	81.60	4.92	12.41	.000**
Su şefi	18	75.66	19.15		
Bölüm Şefi	85	78.71	5.93		
Demi Chef	85	80.47	5.87		
Komi	69	80.21	6.29		
Stajyer	35	79.97	14.64		
Stewart	48	55.56	38.43		
Depocu	9	80.33	4.44		
Gıda Müh.-Hijyen Sor.	8	80.62	4.06		
Toplam	377	76.63	17.67		

Çalışanların başarı testinden aldıkları puanlara bakıldığında en yüksek ortalamaya (81.60) aşçıbaşının, daha sonra gıda mühendisi ve ya hijyen sorumlusunun (80.62), en düşük ortalama (55.56) ise stewartın sahip olduğu tespit edilmiştir. Çalışanların başarı testinden almış oldukları puanların işyerindeki görevine göre anova sonuçlarına bakıldığında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ( $p<0.01$ ).

İşyerindeki görevine göre almış oldukları puanların ortalaması incelendiğinde en yüksek puana aşçıbaşılar sahiptir, bu da aşçıbaşının gıda güvenliği konusunda kendilerini geliştirdiklerini göstermektedir. Daha sonra gıda mühendisi veya hijyen sorumlusu gelmektedir, gıda mühendisi ve hijyen sorumlularının aşçıbaşından daha düşük bir puana sahip olmaları olumsuz bir sonuçtur. Demi cheflerin ortalamalarının yüksek olması demi cheflerin %57.7'nin lise ve yüksek okul mezunu olmasından kaynaklanmaktadır. Çalışmamızda en düşük ortalamaya stewartlar sahiptir, bu da stewartların %80.0'nin ilkokul mezunu olmasından kaynaklanmaktadır. Toplamda elde edilen ortalamalara bakıldığında dört ve beş yıldızlı otel mutfaklarında çalışan personelin gıda güvenliği bilgi düzeylerinin iyi (70.0-84.9) derecede olduğu tespit edilmiştir.

#### 4.SONUÇ VE ÖNERİLER

Dört ve beş yıldızlı otel mutfaklarında çalışan mutfak personelinin gıda güvenliği konusunda bilgi düzeylerini saptamak amacıyla gerçekleştirilen çalışmadan elde edilen sonuçlar aşağıda verilmiştir.

Çalışanların %39.3'ü 26-35 yaş aralığındadır. Çalışanların %91.2'sini erkek, %8.8'ini kadın oluşturmaktadır. Çalışanların %43.5'i lise, %32.6'sı ilkokul, %20.2'si ortaokul, %3.7'si yüksek okul mezunudur. Çalışanların büyük kısmını bölüm şefi (%22.5) ve demi chef (%22.5) oluşturmaktadır. Araştırmaya katılanların %5.3'ünü aşçıbaşı, % 2.1'ni de Gıda Mühendisi veya Hijyen Sorumlusu oluşturmaktadır. Çalışanların çoğunluğu (%33.0) 6-10 yıldır bu meslekte çalıştığı, çalışanların yarıya yakınının (%46.7) günde 10 saat çalışırken % 31.6'sının günde 8 saat çalıştığı tespit edilmiştir.

Çalışanların %98.7'inin işe alınmadan önce sağlık kontrollerinden geçtiği, bunların da %98.1'inin dahiliye bölümünde muayene oldukları saptanmıştır. Yine çalışanların %96.0'ının işe alındıktan sonra düzenli olarak sağlık kontrollerinden geçtiği, bunların da %52.0'ının üç ayda bir, %43.1'inin ise altı ayda bir

%70.3'ünün idrar-gaita kontrolü, %23.6'sının da akciğer filmi çekimini işe alındıktan sonra düzenli olarak yaptırdıkları saptanmıştır.

Çalışanların tamamına yakınına (%99.7) işyeri üniforma vermektedir, yine çalışanların %88.6'sının giysilerinin her gün temizlendiği saptanmıştır, ayrıca giysilerin büyük kısmı (%97.3) iş yerinde temizlendiği saptanmıştır.

Çalışanların %89.9'unun işyerlerinde her üniteye ayrı el yıkama lavabosu bulunduğu saptanmıştır. Çalışanların %90.8'inin mutfığa her girişte, her işe başlamadan önce ellerini yıkadıkları tespit edilmiştir.

Çalışanların %86.7'si çalışma ortamlarının güvenli olduğunu belirtirken, %9.5'i de kısmen çalışma ortamlarının güvenli olduğunu belirtmişlerdir. Bu durum işletmelerin çalışma ortamının güvenliğine önem verdiklerini göstermektedir. İşyerlerinde en çok maruz kalınan kaza ise kesiklerdir(%80.1). Çalışanların %88.3'ünün hizmet içi eğitim aldıkları, hizmet içi eğitim alanların %61.0'mın eğitimlerini özel bir firma yetkilisinden, %9.6'sının da işyeri yöneticisinden aldıkları saptanmıştır. Araştırmamıza katılan çalışanların %88.9'unun düzenli olarak hizmet içi eğitim aldıkları tespit edilmiştir. Bu durum iyi bir gelişme olarak değerlendirilebilir. Hizmet içi eğitim verilen konuların başında ise hijyen eğitimi gelmektedir(%53.1).

Çalışanların daha önce hijyen eğitimine alma durumlarına bakıldığında 4 yıldızlı otel çalışanlarının %76.6'sı hijyen eğitimi alırken, 5 yıldızlı otel çalışanlarının %91.3'ü daha önce hijyen eğitimi aldığı saptanmıştır. Çalışanların işyerinde düzenli hizmet içi eğitim alma durumlarına bakıldığında 4 yıldızlı otel çalışanlarının %76.6'sının, 5 yıldızlı otel çalışanlarının %91.3'ü düzenli hizmet içi eğitim aldıkları tespit edilmiştir.

Çalışanların depolarla ilgili sorulara verdikleri cevapların dağılımına bakıldığında, "Soğuk depo veya buzdolabında saklanan yiyeceklerin üzerleri kapak film veya folyo gibi gereçlerle kapatılmalı" (p<0.04). "Soğuk depo ve buzdolabında pişmiş yiyecekler çığ yemeklerden ayrı tutulmalı" (p<0.04). "Soğuk depo ve buzdolabında et ve et ürünleri diğer yiyeceklerden ayrı tutulmalı" (p<0.04). "Kuru depo veya kilerde su veya kalorifer borularının geçmemesi sağlanmalı, yâda geçiyorsa izole edilmeli" (p<0.01). "Kuru depo veya kilerin ısısı yaklaşık 15 -20°C derece civarında olmalı" (p<0.01). "Temizlik araç ve gereçleri ayrı bir depoda tutulmalı" (p<0.01). İfadelerine verilen cevaplar istatistiksel olarak fark bulunmuştur. Bu da gösteriyor ki beş yıldızlı otel mutfaklarında çalışan personelin depolarla ilgili bilgi düzeyi dört yıldızlı otel mutfaklarında çalışan mutfak personeline göre daha yüksektir.

Çalışanların, yiyecek hazırlama ve pişirme ile ilgili sorulara verdikleri cevaplara bakıldığında istatistiksel olarak bir fark bulunmamıştır(p>0.05). Sorulara verilen doğru cevapların oranı da yüksektir. Bu durum dört ve beş yıldızlı otel mutfaklarında çalışan personelin bilgi düzeyleri bakımından olumlu bir sonuçtur.

Çalışanların, personel hijyeni ile ilgili sorulara verdikleri cevaplara bakıldığında istatistiksel olarak bir fark bulunmamıştır(p>0.05). Sorulara verilen doğru cevapların oranı da yüksektir. Bu durum dört ve beş yıldızlı otel mutfaklarında çalışan personelin bilgi düzeyleri bakımından olumlu bir sonuçtur.

Çalışanların besin hijyeni ile ilgili sorulara verdikleri cevapların dağılımına bakıldığında, "Yemeklerin ön soğutma işlemi 2-3 saat içerisinde tamamlanmalı" (p<0.05). "Taze sebze ve meyveler akarsu altında iyice yıkanmalı" (p<0.01). İfadelerine verilen cevaplar da istatistiksel olarak fark bulunmuştur. Bu ifadelere dört yıldızlı otel mutfaklarında çalışanların tamamı doğru cevap verirken beş yıldızlı otel çalışanlarının %86.8-%92.0 doğru cevap vermiştir. Bu durum beş yıldızlı otel mutfaklarında çalışanların sayısının(n=300) çok olmasından kaynaklanabilir. Diğer sorulara verilen cevapların oranı yüksektir ve istatistiksel olarak fark bulunmamıştır(p>0.05).

Çalışanların sorulara verdikleri cevapların cinsiyete göre dağılımına bakıldığında; cinsiyet göre anlamlı bir farklılık görülmektedir. [t(374)=1.29, p<0.01]. Kadın çalışanların(X=80.36), erkek çalışanlara (76.27) göre daha yüksek bir ortalamaya sahip oldukları görülmektedir.

Çalışanların sorulara verdikleri cevapların otellerin yıldız sayısına göre dağılımına bakıldığında; anlamlı bir fark bulunmamıştır [t(374)=0.45, p>0.05]. beş yıldızlı otel çalışanlarının almış oldukları puanları ortalaması(X=76.84), dört yıldızlı otel çalışanlarının almış oldukları puanların ortalamasına (X=75.81) göre biraz daha yüksektir. Aradaki farkın az olması örneklemin beş yıldızlı otellerde çok olmasından olabilir.

Çalışanların başarı testinden almış oldukları puanların yaşa göre anova sonuçlarına bakıldığında, yaş arttıkça alınan puanların ortalaması da artmaktadır. Bu durum yaşı fazla olanların daha çok mutfaklarda yönetici (aşçıbaşı ve su şefi) konumunda olmasından kaynaklanmaktadır.

Çalışanların başarı testinden almış oldukları puanların öğrenim durumuna göre anova sonuçlarına bakıldığında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur(p<0.05). Yüksekokul

mezunlarını ortalaması 79.50, lise mezunlarının ortalaması 79.79, ortaokul mezunlarının ortalaması 74.68, ilkokul mezunlarının ortalaması ise 73.27 olduğu saptanmıştır.

Çalışanların başarı testinden aldıkları puanlara bakıldığında en yüksek ortalamaya(81.60) aşçıbaşının, daha sonra gıda mühendisi ve ya hijyen sorumlusunun(80.62), en düşük ortalamaya(55.56) ise stewartın sahip olduğu saptanmıştır. Çalışanların başarı testinden almış oldukları puanların işyerindeki görevine göre anova sonuçlarına bakıldığında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur(p<0.01).

## **Öneriler**

- Otellerin yıldız sayıları ne olursa olsun HACCP sistemi uygulanmalı ve sonuçları resmi kurumlarca denetlenmelidir.
- Oteller HACCP sistemini uygulamada personeli teşvik edici yöntemler geliştirmelidir.
- Gıda alanında çalışan personelin, teknolojik gelişmelere paralel olarak bilgilerinin güncelleştirilmesinin yanında, kazanılmış yanlış iş alışkanlıklarını olumlu yönde değiştirilmesi amacıyla alanında uzman kişiler tarafından verilecek düzenli hizmet içi eğitimler yapılmalıdır.
- Gıda güvenliği konusunda hizmet içi eğitim verilirken, personelin, görev, yaş ve eğitim durumu gibi farklılıkları göz önünde bulundurmalı ve buna göre hizmet içi eğitim planlanmalı ve yürütülmelidir.



- Gıda sektöründe çalışan personelin işe alımında, meslek liselerinin yiyecek içecek hizmetleri bölümü ya da en az lise ve dengi okul mezunu kişilerin seçilmesine dikkat edilmelidir.
- İşyeri yöneticileri, gıda mevzuatında yer alan gıda ve çalışanlar ile ilgili hususları dikkate almalı ve bunları titizlikle uygulamalıdır.

## KAYNAKLAR

- AKSU, N. (2005). HACCP'in Prensipleri ve Türk Gıda Sektörü Üzerine Bir Uygulama, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi).
- ASLAN, S. (2005). HACCP ve İSO 9001 Kalite Belgeli Catering Firmaları İle Diğer Firmaların Gıda Güvenliği Konusunda Mevcut Durumlarının Karşılaştırılması ve Personelin Eğitiminin Tespit Edilmesi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- BAŞ, M. ve MERDOL, T. (1999). Üç, Dört, ve Beş Yıldızlı Otellerin Sanitasyon Durumunun HACCP Yöntemi ile Değerlendirilmesi. Beslenme ve Diyet Dergisi, 16(4)38-46.
- BAYKAN, R. (1996), Türkiye'de Tüketicinin Korunması Tedbirleri Öneriler ve Ekonomik Etkileri, İTO Yayınları.
- DAĞ, A. (1996). Toplu Beslenme Servislerinde Çalışan Personel İçin Geliştirilen Hijyen Eğitim Programlarının Bilgi-Tutum ve Davranışlara Etkisi, Hacettepe Üniversitesi Toplu Beslenme Sistemleri Programı Bilim Uzmanlığı Tezi, Ankara
- GÜNYEL, N. (2001). Kritik Kontrol Noktalarında Risk Analizi (HACCP) İle İSO 9000:2000 Revizyonu Arasındaki İlişkiler ve Gıda Sektöründe Bir Uygulama, Marmara Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- ÖZEL, L. (2003). Ortadoğu Ülkelerinde Gıda Güvenliği ve Gıda Politikaları, Hacettepe Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- SEVEN, E. ve TÜRKER, R. (2003). Gıda Güvenliği HACCP ve TS 13001, Standart, 42:50 28-34.
- STECCHİNİ, M.L. ve DEL TORRE, M. (2005). The Food Safety Management System. Universty of Udine, Italy. Meat and Willingness to Change Cooking Practices Appete, 22(83)96-98.
- TARHAN, A. (1999). Ankara'da Otellerde Gıda Kayıpları ve Mutfak Personelinin Gıda Kayıplarına İlişkin Uygulamaları, Gazi Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi Ankara.
- UYGUN, Z. S. (1998). Antalya'daki Üç, Dört ve Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak ve Restaurantlarının Sanitasyon Durumu, Hacettepe Üniversitesi Bilim Uzmanlığı Tezi, Ankara.
- YURDAGÜLEN, N. (1994). Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Mutfak Hijyeni ve Hijyenik Şartların Oluşturulması, Gazi Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, Ankara

# YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN YAZILI BASIN İŞLETMELERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

“Yeni İletişim Teknolojilerinin Okuyucu Üzerindeki  
Etkisini İncelemeye Yönelik Bir Araştırma”

İ.Pelin DÜNDAR\*  
Kutay GÜROCAK\*\*

## ÖZET

Yeni iletişim teknolojileri, gazete okuyucusunun okuma alışkanlıklarını değiştirmektedir. Alternatif fikirlere de ihtiyaç duyan okuyucu, bilgiye hızlı ulaşmayı, detaylı bilgiyi elde etmeyi arzulamaktadır. Okuyucu bunları zamandan ve maliyetten tasarruf ederek yapmayı istemektedir. Okuyucu giderek gazeteye ulaşma noktasında yeni iletişim teknolojilerini daha fazla kullanmaktadır. Bunun diğer nedeni; okuyucu yorumlarıdır. Altı çizilen noktaların vurgulandığı bu çalışmada; yeni iletişim teknolojilerine geçiş süreci açıklandıktan sonra yeni iletişim teknolojilerinin getirileri ve yeni iletişim teknolojilerinin yazılı basın işletmelerine etkisi üzerinde durulmuştur. Söz konusu etkinin ispatı açısından üniversite öğrencilerine düzenlenen anket sonuçları değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yeni İletişim Teknolojileri, Yazılı Basın İşletmeleri, Okuyucu

## EFFECT OF NEW COMMUNICATION TECNOLOGIES ON WRITTEN PRESS BUSINESSES

“A Research Designed for Examining the Effect  
of New Communication Technologies on Reader ”

## ABSTRACT

New communication technologies change reading habits of newspaper readers. Reader who needs alternative ideas, wishes to get information quickly and detailed information. The reader would like to do this by saving time and cost.

The reader gradually more uses new communication technologies reaching the point of the paper. Another reason of this, reader commentaries. Emphasized the points outlined in this study, after explained the process of transition to the new communication technologies, emphasized yields of new communication technologies and the impact of new communication technologies on the written press businesses. For proven of point at issue, the survey results which is edited to university students was evaluated.

Key Words: New Communication Technologies, Written Press Businesses, Reader

## GİRİŞ:

Gündelik yaşam pratiklerimizi değişime uğratan yeni iletişim teknolojileri, pek çok alanda olduğu gibi günlük haber alma gereksinimimizi karşılayan gazetelerin de okuyucu ile buluşma noktasına yeni bir boyut açmıştır. Okuyucunun haber alma ihtiyacını daha kolay ve zahmetsizce karşılayan yeni iletişim teknolojilerinden yazılı basın işletmeleri lehine sonuçlar çıkarabilmek için öncelikle anlamı ve derinliği değişime uğrayan olgulara bakmak gerekmektedir. Sonrasında ise, süreklilik olgusuna gölge düşürmeden çalışmak durumunda olan yazılı basın işletmelerinin dikkat etmesi gereken noktaları ya da ilk sırada irdelemeye tabi tutması gereken konuları değerlendirme sürecine katmak şart gözükmektedir. Vurgulanan noktalara açıklık getirmek amacıyla hazırlanan bu çalışmanın konularını sırasıyla; yeni iletişim teknolojilerine geçiş süreci, yeni iletişim teknolojileri ve getirdikleri, yeni iletişim teknolojileri ve yazılı basın işletmeleri oluşturmaktadır. Çalışma, yeni iletişim teknolojilerinin okuyucu üzerindeki etkisini incelemeye yönelik gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarıyla tamamlanmaktadır.

## Yeni İletişim Teknolojilerine Geçiş Süreci

Bireyin toplum içinde sosyalleşmesini ve içinde bulunduğu dünyayı anlamasını sağlayan; toplumun ise birey üzerindeki hakimiyetini kolaylaştırıp, kültür ve politika gibi çeşitli unsurlarla onu yeniden şekillendirmesine katkıda bulunan kitle iletişim araçları, teknolojinin desteğiyle günümüzde yeni bir hale bürünmüştür. Tarihsel süreç içinde ‘Söz’ ile iletişim, insan evrimi, ‘yazı’ ile iletişim ise teknolojinin gelişimi ile mümkün olmuştur. Ağaç kovukları ve mağaralardan modern binalara geçilmesini sağlayan teknik gelişmeler kitle iletişim araçları içinde de kendine yer bulmuş; bu sayede ilkel kabile içinde temel yaşam formu olarak nitelendirilen insan, toplum kuralları içinde bilgi alışverişinde bulunan bir yurttaş dönüştürmüştür. Bu dönüşüm içinde ise ‘Ait olmak ile birey olmak’ arasındaki ince çizgiyi belirleyen unsur ise bilginin kendisi olmuştur. Hangi amaç ve kaynaktan üretilmiş olursa olsun bilginin varlığı, içerikten bağımsız olarak birey ve toplum içindeki ikili dengeyi sağlamakta kullanılmış, bunu yaparken de o çağın kitle iletişim araçlarından yararlanmışlardır.

Gündelik pratikler içinde fark edilmese de günümüz teknolojilerinin gelişim seyri, alt başlık olarak bu makalenin de konusu olan yeni iletişim teknolojilerini de etkilemiştir. Öncesinde yazının sonrasında ise kağıdın bulunması ile birlikte başlayan 'kayıt altına almak' ve 'belgelemek' kavramları, binlerce yıllık insan tecrübesi ve yaşam pratikleriyle haber alıp vermeye dönüşmüştür. Daha önceleri geniş kitlelere ve büyük coğrafyalara aktarılan bilgi, elle hazırlanmış fermanlar ve sınırlı sayıda kaleme alınmış kitaplarla yapılırken, Alman bilim insanı Johann Gutenberg'in 15. yüzyılda modern anlamda matbaayı icat etmesiyle yeni bir boyut kazandı. Bilginin gelişmesinde en büyük etken basımevinin baskı makinesinin bulunuşu ve kuruluşu ile başladı (Çapman,1970: 78). Dolayısıyla matbaanın icadına kadar olan kısmı, haberleşmede ilk ve şu an için en uzun dönemi ifade etmektedir. Aynı zamanda bu dönem, bilimsel bilginin kabul görmeye başladığı ve her alanda kendini hızla geliştirdiği bir çağa da işaret etmektedir. Çünkü bu dönemi takip eden yıllar içinde matbaanın da etkisiyle Avrupa merkezli başlayan küçük fikir hareketleri toplumda kabul görmeye başlamış ve Aydınlanma Çağı'na doğru kitleleri sürüklemiştir. Haberleşme anlamında ve günümüz ölçeğinde ilk gazete ve el ilanları da bu dönemde ortaya çıkmaya başlamıştır.

Hayatın olağan akışı içinde dünya nüfusunun artmaya başlaması ve endüstri alanında yaşanan gelişmelerin ekonomide belirleyici olmasıyla birlikte, bireyin üretim sürecine daha fazla katıldığı ikinci bir dönem başlamıştır. İyi düzenlenmiş bir toplumsal ortamda endüstrileşmenin gerçek işlevi, yaşam için gerekli şeyleri, birtakım daha rahat yaşama araç ve olanaklarını, çok daha fazla çalışmaya zorunlu kılmadan sağlamak ve yaygınlaştırmaktır (Russell,1979; 210). Dolayısıyla bu süreçte buhar gücünün kullanılması ve buna bağlı olarak seri üretime geçilmesi Endüstri Devrim'ini başlatmış, toprak üzerinde birbirinden kopuk ya da sınırlı iletişimi olan bireyler, belli noktalarda belli amaçlar için kümelenmiş topluluklar oluşturmaya başlamıştır. Böylece Aydınlanma Çağı'nın getirdiği fikri yeniliklerle fiziki koşulların şehirlerdeki varlığı gazete ve el ilanlarının yaygınlaşmasını sağlamıştır. Böylece gazeteler çağın teknolojisini en iyi kullanan-hatta kullanmak zorunda olan birer araca-dönüşmüştür. Sonrasında ise yazılı basın ürünlerinin ihtiyaçlar doğrultusunda çeşitlenmeye başlaması, dergi ve mecmua gibi dönemsel yayıncılığa geçilmesi hem kendi içinde basın sektörünü hem de toplum içindeki yaşam tarzını etkilemiştir. Bu dönem içinde bilimsel bilginin belirleyiciliği iletişim çağında yeni bir dönemin de başlangıcı olmuştur. Çünkü 19. yüzyılın sonunda bir başka bilim insanı Heinrich Rudolf Hertz'in radyo dalgalarını keşfetmesi gerçekleşmiştir. Bu dönemin sonunda, günümüz modern yazılı basın ürünlerinin emeklemeden yürüyüşe geçtiği bir döneme girilmiştir. Sonraki yıllarda Guglielmo Marconi'nin radyo yayıncılığının yolunu açması, birey ve toplumun temel anlamda haberleşmesine yeni bir boyut kazandırarak kitle iletişiminde farklı bir döneme girilmesine sebep olmuştur. Radyo gerçek gücüne De Forest tarafından geliştirilen lamba(vakumlu tüpü) ile kavuşmuştur. (Gönenç,2004; 17) Burada dikkat edilmesi gereken nokta; iletişim pratikliği sağlayan ve aracıyı ortadan kaldıran bu buluş, rekabet anlamında hiçbir zaman yazılı basın ürünlerinin geleceğini etkilememiştir. Çünkü bu teknolojinin yaygın ve pratik olarak kullanılması ancak 20. yüzyılın ortalarında transistör adı verilen küçük elektronik devrelerin icat edilmesiyle mümkün olmuştur. Bundan sonraki dönemde televizyonun hayata girmesi, uydu teknolojilerinin gelişmesi küresel anlamda kitle iletişimi mümkün kılar hale gelmiştir. Toplumun gelişen enformatiği uluslararası iletişim akışının ve

yaygınlaşması ve kültürlerarası etkilerin fazlaşması ile birlikte gitmektedir. Elektronik iletişim teknolojileri en çok uluslararası etkileşim sürecine katkıda bulunmuş olabilir; ancak diğer bazı eğilimlerle de cesaretlendirilmiştir. Bu eğilimler arasında çok uluslu ticari imparatorlukların yaygınlaşması: rekabet eden güç bloklarının güç ve etkilerini yayma çabaları; belirli format, dil ve hikâye türlerinin birçok farklı toplumda geniş kabul görmeye başladığı uluslararası 'kitle iletişim kültürünün' yükselişi sayılabilir. (McQuail,2005;265) Dolayısıyla uluslararası boyutta kitle iletişim, bilgi paylaşımını yeniden tanımladığı bir ortama dönüşerek, ekonomik gücü temsil eden bir simge olmuştur.

### Yeni İletişim Teknolojileri ve Getirdikleri

Bilginin sadece üretilmesini ve dağıtılmasını değil; aynı zamanda paylaşımını demokratik açıdan sağlayan ve bu anlamda fırsatlar yaratan yeni iletişim teknolojilerinin çerçevesi bütün iletişim öğelerini çeşitli kombinasyonlar da birleştiren ortamları kapsamaktadır. (Tuncel, 2005; 92-93) Bu açıdan bakıldığı zaman bireylerin gündelik yaşam pratiklerini değiştiren yeni iletişim teknolojileri, kaynaklara ulaşmak, alternatif fikirlere erişmek ve bankacılık hizmetlerini daha etkin kılmak gibi getirdiği birçok kolaylığın yanı sıra; toplumu oluşturan bireylerin sosyalleşmeleri için uygun bir ortamın oluşumunu kolaylaştırmakta onları bilgi edinme konusunda motive etmektedir. Bu sayede de bireyler yeniliklere açık olma hoşgörüsüne sahip olabilmekte ve kendilerini daha kolay ifade edebilme imkânına kavuşmaktadır.

Azalan verimler kanununun, terk edilmesi öngörüsü ile doğan bilgi toplumu yeni iletişim teknolojileri sayesinde bir çığ gibi büyümektedir. Çünkü daha fazla bilgiye erişme şansını yakalayan okuyucu, giderek azalan yerine artan bilgiler silsilesine sahip olma imkânına kavuşmaktadır. Yazılı basın işletmelerinde üretime konu olan faktörlerin özüne bakıldığı zaman, hammadde işgücüne, teknolojiye, sermayeye ve bilgiye kadar uzan bir zincirin varlığı dikkate alındığında; yeni iletişim teknolojileri tüm bu faktörlerin bir sentezi neticesinde doğan yazılı basın ürününün okuyucuya erişim noktasında kilit bir rol üstlenmiş bulunmaktadır. Ancak gözden kaçırılmaması gereken önemli nokta, okuyucunun yeni iletişim teknolojilerini ne derece kullanma yeti ve becerisine sahip olduğudur. Çünkü teknoloji kullanımından mahrum olan kesimin varlığı dikkate alındığında; toplum nezdinde gözlemlenen bilgi uçurumu bariz şekilde kendini gösterecektir. Bunun kökenine bakıldığı zaman dikkat çeken en önemli nokta, yüksek gelir düzeyine sahip kesimle daha düşük gelir düzeyine sahip kesim arasında sürekli artan açıktır. Yeni iletişim teknolojilerine ulaşma konusunda maddi yetersizlik yaşayan kesimin varlığı dikkate alındığında; bu grubun teknolojinin getirdiği olanaklardan faydalanamayacağı gerçeği kendini göstermektedir. Geçim sıkıntısı yaşayan; hatta yaşamını idame ettirme konusunda zorluk yaşayan bu kesim açısından yeni iletişim teknolojileri, lüks mal kategorisi içinde sınıflandırılmaktadır. Dolayısıyla bu kesimin, yeni iletişim teknolojilerini kullanma yetisi ve becerisine sahip olma ihtimalini düşünmek hayalcilik olacaktır. Diğer taraftan toplumun diğer bir kesiminin de yeni iletişim teknolojilerini yaşantılarının ayrılmaz bir parçası yaptığı gerçeği de, içinde yaşadığımız ortamda belirgin bir şekilde kendini göstermektedir. Her ne kadar belli bir maliyete katlanmayı gündeme getirirse de; yaşamı kolaylaştıran yeni iletişim teknolojileri pek çok kişi açısından vazgeçilmez bir boyut haline gelmiştir.

"Diğer taraftan 20.yüzyılın son on yılında ise enformasyon ve iletişim teknolojileri alanında yaşanan yeni gelişmeler ve ortaya

çıkan internet, sayısal televizyon, cep telefonları gibi yeni iletişim teknolojileri uygulamaları, enformasyon toplumu tezlerinin somutlaşması olarak ele alınmış ve bu bilgi ve iletişim teknolojileri alanında yaşanan devrim niteliğindeki gelişme, pek çoklarına göre toplumun, ekonominin, kültürün ve politikanın 'yeni' biçimini yaratmıştır" (Başaran, 2010: 73). Çünkü; "internetin gelişmesi, elektronik postanın ve worldwide web ağının yaygınlaşmasıyla, her yere ulaşan dünya çapındaki ağla, aynı zamanda cep telefonu gibi bütün dünyada insanlar arasında anlık bağlar kuran, uzaklıkları ortadan kaldıran, tepkime sürelerini sıfıra indiren, olayların yankılarını fazlalaştıran, dolayısıyla da gelişimi ile olayların yapısını tamamen değiştirebilen bir durum ortaya çıkmaktadır" (Karaçor,2009:124). Tüm bunların yanında yeni iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı değişim, dünya üzerindeki toplum, ekonomi, kültür ve politikaların daha iç içe girmelerine, yakınlaşmalarına sebebiyet vermiştir. "öyle ki geçmiş dönemlerde dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen bir olayın yeryüzünün diğer bölgelerinde duyurulması genellikle haftalar hatta aylar almakta bu gecikmeden dolayı olayın etkisi zaman içerisinde azalmaktadır (Karaçor,2009:121). Oysa günümüzde yeni iletişim teknolojileri sayesinde kültürel yaklaşımlara daha kolay zemin hazırlanabilmekte, ekonomide yaşanan değişimlerin dünya çapında yaşandığı gerçeği daha kolay hissedilebilmekte, siyasi değişimler yerel ya da ulusal değil uluslararası boyutlarda irdelenebilmekte ve bilginin yayılma hızına bağlı olarak da toplum gerçeğinin de yeniden inşası mümkün olabilmektedir. Tüm bu anlatılanlar, bizi yeni iletişim teknolojileri sayesinde dünyanın küreselleşmekte olduğu gerçeğine götürmektedir.

#### **Yeni İletişim Teknolojileri ve Yazılı Basın İşletmeleri**

"Yeni teknolojilerin giderek daha maharetli iletişim araçlarını ortaya çıkardıklarını ve bu araçların enformasyona erişimi ve enformasyonun dağıtımını çok kolaylaştırdığı hatta belirli ölçülerde demokratikleştirdiği gözlenmektedir. Buna bağlı olarak alternatif medya girişimlerinin yeni teknolojilerle daha yaygınlaştığı söylenebilir." (Atabek, 2001:134)

Dayanaksız ürün üreten yazılı basın işletmeleri açısından olaya baktığımız zaman, temel ilkeler kar elde etmenin yanı sıra, süreklilik ve topluma hizmet olarak belirginlik kazanmaktadır. Yayın sürecine ara vermeksizin çalışmak zorunluluğu içinde olan yazılı basın işletmeleri açısından yeni iletişim teknolojileri haberlere, bilgilere, yorumlara daha kolay ulaşma açısından yeni bir mecra yaratmış bulunmaktadır. Bireylerin gazete okuma alışkanlıklarını da önemli ölçüde değişime uğratmıştır. Bu açıdan bakıldığında dünyada ya da ülkede olup biten gelişmelerden daha hızlı haberdar olma şansını yakalayan okuyucu, bilgilere kolay erişebilme imkânını ve edindiği fikirler sayesinde yorum yapabilme gücünü yeni iletişim teknolojilerinden almaktadır. Tüketicinin bilgi edinme süresini kısaltan; haberlere kolay erişme imkânını yaratan, değişikliklerden çabuk haberdar olma fırsatını sunan yeni iletişim teknolojileri yazılı basın ürünlerine erişme noktasında da vazgeçilmez bir misyon üstlenmiş bulunmaktadır.

Günümüzde pek çok noktada olduğu gibi yazılı basın işletmelerinde de müşteri/okuyucu her çalışmanın girişilen her çabanın odak noktası konumundadır. Okuyucuyu düşünmeksizin atılan her adım işletmeleri çıkmaza sürükleyecektir. Yönetim, birey, sistem, yapı ve liderlik olgularının odak noktasına yerleşen müşteri/okuyucu olgusu yazılı basın işletmelerinin vücuda getirdiği ürünlere ulaşma hususunda da aynı önem katsayısı ile karşımıza çıkmaktadır.

Yeni iletişim teknolojileri, yazılı basın işletmelerini müşteri gözüyle değer yaratabilmenin yolunu açan önemli bir belirleyicidir. Nitekim gazetelerin internet sayfasında giderek artan okuyucu yorumları bunun bariz bir göstergesidir. Bu yorumlar okuyucuyu tanımak, ona yakın olmak, onu anlamak gelen geri bildirimleri değerlendirmek, şikâyet ve önerilerden politikalar geliştirmek ve tüm bunların neticesinde değişen okuyucu beklentilerine uygun yeni basın ürünleri tasarımlarına gidebilme keyfiyetinin yaşanması açısından dikkate değerdir.

Gazeteler, okuyucunun satın alırken maddi olarak zorlanmadığı ve birçok satış noktasında hazır bulundurulmuş ürün grubu içinde yer almaktadır. Bu sebeple nasıl ki, yazılı basın ürünlerine ulaşma noktasında işletmelerin farklılığı yakalamaları müşteriyi çekmek açısından önem taşıyorsa aynı konu yeni iletişim ortamlarında sunulan gazeteler için de geçerliliğini korumaktadır. Farklılık olgusunu gazeteyle bütünleştirebilmek için okuyucudan gelen sese kulak vermek gerekmektedir. Bu sebeple de yeni iletişim teknolojilerini kullanarak gazeteleri sunmayı tercih eden işletmelerin sağlam bir pazar araştırması yaparak değişen ve gelişen beklentileri dikkate almaları; elde edecekleri veriler doğrultusunda gazetelerin tasarımlarına ve içeriklerine yön vermeleri şart gözükmektedir. Bu gerekliliğin altında yatan temel gerekçe; "bilgisayar ve internetten oluşan yeni teknolojilerinin eskiye kıyasla değerli olan bilgileri daha geniş bir alana yayılmasını mümkün kılmasıdır" (Kalseth and Cummings, 2001:165).

Okuyucuda meydana gelen farklılaşmaları daha yakından gözlemleyebilmek ve elde edilen verileri daha kısa sürede değerlendirebilme şansına kavuşmak için dikkate alınması gereken bir başka yaklaşım da içsel pazarlama anlayışıdır. İşletmenin istihdam ettiği personele okuyucu gözüyle bakması gerçeği üzerine kurulan bu anlayışın benimsenmesi neticesinde basın işletmesi, okuyucudaki farklılaşmaları daha kolay gözlemleme şansına kavuşmakta ve yeni iletişim teknolojileri kanalı ile sunulan yazılı basın ürünlerinin vücuda getirilmesinde bu farklılaşmalara dikkat ederek zamandan tasarruf etme imkânını yakalamakta; bu da dayanaksız ürün üreten yazılı basın işletmelerine maliyet ve daha birçok noktada avantajlar sağlayabilmektedir. İçsel pazarlama çabalarının etkinliği kurum içi iletişimin ne oranda sağlanabildiği ile de ilintilidir. Kurumun geleceğe yönelik olarak yapacağı değerlendirmelere aktif olarak katılma gerekliliği içerisine giren çalışanın okuyucu olarak yapacağı değerlendirmelerin takdiri ya da dikkate alınması bu nokta da önem taşımaktadır. İşte bu noktada "kurum içi iletişim çalışanları katılımını teşvik etmede hayati önem taşımakta ve yüksek performanslı takımlar için gerekli bir bileşen olarak görülmektedir."(Emanuel Camilleri, 2011: 270)

Yeni iletişim teknolojileri aracılığı ile gazete okuyucusuna ulaşabilmeyi kolaylaştıran bir başka noktada sinerjik yönetimdir. Çünkü internet, cep telefonu, akıllı cep bilgisayarı aracılığı ile gazetelere ulaşma konusunda talepkar olan okuyucu, öncelikle hem görsel tasarım hem de içerikte bütünselliği yakalama arzusu taşıyacaktır. Bu da sinerjinin kendisidir. Çünkü sürmanşet, manşet, sütunlar başlı başına her ne kadar bir anlamı olsa da; bir araya gelmedikleri sürece gazetenin bütünselliğini ifade etmek konusunda yetersiz kalmaktadır. İçerikte bütünselliğe gelince kültür sanat, spor, ekonomi, politika ve benzeri sayfaların her biri başlı başına bir değer taşısa da, her bir sayfanın oluşumuna değer katan fikirler, görsel temalar ve benzeri olmadıkça adı geçen sayfaların tam anlamıyla oluştuğuna kanaat getirmek

güçtür. Ya da bir köşe yazısının derinliğine inildiğinde yazıyı meydana getiren yapı taşlarının dikkate değer olduğunu ama bir araya gelmediği sürece köşe yazısından bahsetmenin güç olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bütün bunlardan yola çıkarak, yeni iletişim teknolojileri kanalı ile sunulan gazetelerin vücuda getirilmesinde de sinerji olgusunun dikkate alınması gerektiği gerçeği kendini göstermektedir ve bundan işletme lehine sonuçların yakalanması düşünüldüğünde de bu olgunun da yönetilmeye mecbur olduğu hissedilen bir realitedir. Bu sebeple yeni iletişim teknolojileri kanalı ile gazetelerin sunumunda da sinerjik yönetim olgusunun gerekliliği bariz bir şekilde kendini göstermektedir.

### Araştırmanın Konusu ve Amaç:

Çalışmanın teorik kısmında da belirtildiği üzere; yeni iletişim teknolojileri gündelik yaşam pratiklerimizi değişime uğratmış ve pek çok yeni teknolojiyi yaşantımızın ayrılmaz bir parçası haline getirmiştir. Yeni iletişim teknolojileri “karşılıklı etkileşim, kitlesizleştirme ve eş zamansız olabileme”(Geray, 2003: 18-19) özellikleriyle geniş kitlelere hitap edebilmenin yanı sıra geniş kitlelerle mesaj alışverişini sağlayabilme ve mesajın alınmasını ya da yollanmasını zamanını da kullanıcının kendisinin ayarlamasına olanak tanımaktadır. Vurgulananların yanı sıra okuyucunun yazılı basın ürünü olan gazetelere daha kolay ulaşabilmesini sağlamak ve alternatif fikirlere zaman ve maliyet unsurlarına yenik düşmeden ulaşabilme şansına kavuşan okuyucu kesim bu sayede sentez yapabileme yeteneğini geliştirme imkânına haiz olabilmekte ve bireysel düşüncenin doğru olup olmadığına da daha kısa zaman diliminde kanaat getirebilmektedir. Kişilerarası iletişime ayrı boyut kazandıran yeni iletişim teknolojileri aynı zamanda azalan verimler kanunu bile altüst eden bilgi unsuruna daha hızlı daha kolay ulaşabilme imkânını da getirmektedir. Bu sayede farklı fikirlere tek bir tuşla ulaşabilme olanağına kavuşan okuyucunun vizyonu da ayrı bir çizgiye geçme şansına erişebilmektedir. Tüm bunların dışında okuyucu odaklılığın günümüzde taşıdığı anlam ve değere dikkate alındığında da; yeni iletişim teknolojileri sayesinde gazete sayfalarında yer bulan okuyucu görüş ve değerlendirmelerinin dikkate alınmaya başlaması da dikkate değer bir noktaya bakışları yoğunlaştırmaktadır.

Yukarıda belirtilen hususları sorgulama sürecine dâhil etmek suretiyle gerçekleştirilen yeni iletişim teknolojilerinin okuyucu üzerindeki etkisini incelemeye yönelik olarak gerçekleştirilen araştırma, Ege Üniversitesinde 12 fakültenin lisans öğrencileri üzerinde yapılmıştır. Araştırmada öğrenilmesi hedeflenen temel noktalar ise; yeni iletişim teknolojilerinin okuyucuların gazete okuma alışkanlıklarını ne ölçüde değiştirdiği, yeni iletişim teknolojilerinden hangisi ya da hangilerinin gazete okuma, takip etme noktasında tercih edildiği ve bu tercihin altında yatan temel faktörlerin neler olduğunu tespit etmek olarak belirginleşmiş bulunmaktadır.

### Yöntem ve Teknik:

Yöntem ve teknik olarak 4 tanesi seçmeli, 3 tanesi de öncelik sıralamalı olmak üzere toplam 7 soruyu içeren anket formu hazırlanarak, araştırma evrenini oluşturan Ege Üniversitesi’ndeki 12 fakültede uygulanmış ve her fakültenin lisans öğrencisinin belli bir yüzdesine ulaşılmaya çalışılmıştır.

### Örneklem:

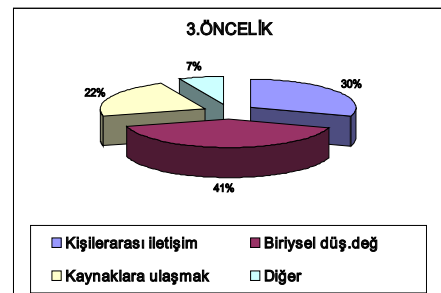
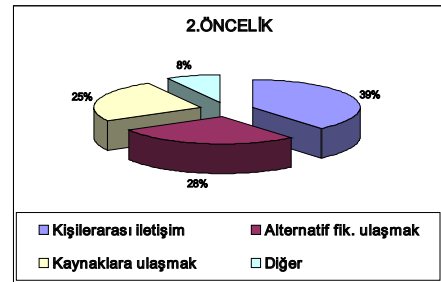
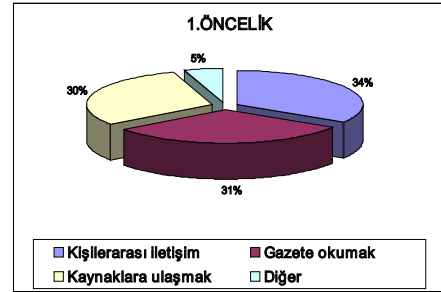
Örneklem belirlenirken üzerinde durulan temel nokta; bilinçli bir kitlenin dikkate alınması gerektiği gerçeğidir. Bu sebeple de üniversite öğrencileri örneklem olarak seçilmiştir. Öğrenciler

rastlantısal örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. 12 fakülteye ait toplam 33.113 lisans öğrencisinden 1000 kişiye anket uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarının güvenilirliği açısından binde  $\pm 2.56$  hata payı ile %90 güven seviyesine denk gelen bir sonucu yakalamak esasen hedeflenmiştir. Diğer taraftan ise; gündelik yaşam pratiklerimizi tamamen değiştiren yeni iletişim teknolojilerinin gazete okuma alışkanlıkları ne oranda ve hangi gerekçelerle değiştirdiğini değerlendirmek araştırmanın temelini oluşturmaktadır.

### Araştırmanın Sınırlılıkları:

Her fakültede öğrenim gören öğrencinin ders /laboratuvar/sınav saatlerinin farklı olması, tüm fakültelerde okuyan öğrencilere ulaşma gerekliliği dikkate alındığında zorluklara sebebiyet vermiş ve ister istemez araştırmanın süresinin uzamasına neden olmuştur. Bunun dışında bazı fakültelere anket yapılma esnasında karşılaşılan bürokratik engeller, temel olarak araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

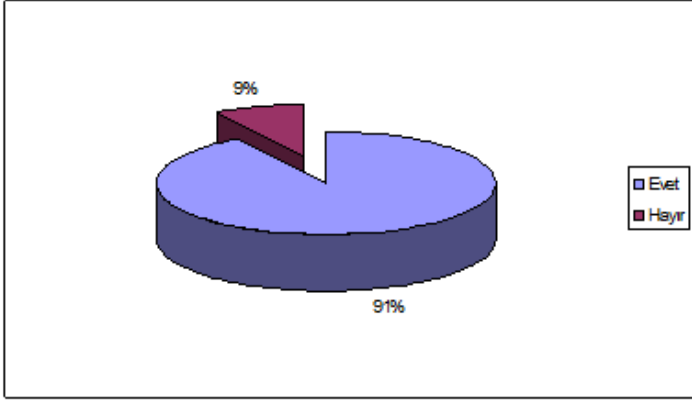
### Araştırma Sonuçlarının Değerlendirilmesi:



**Tablo 1:Yeni İletişim Teknolojilerinin Gündelik Hayatımıza Katkıları**

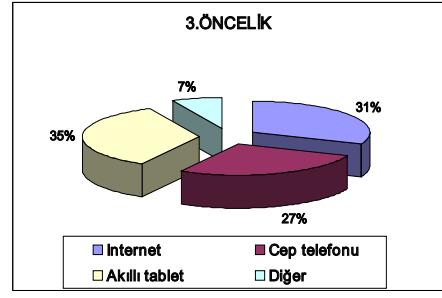
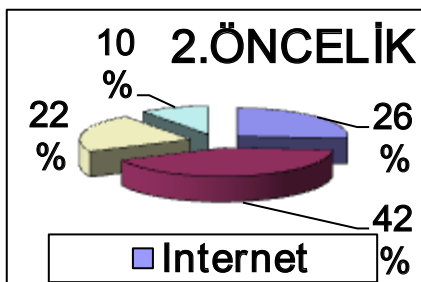
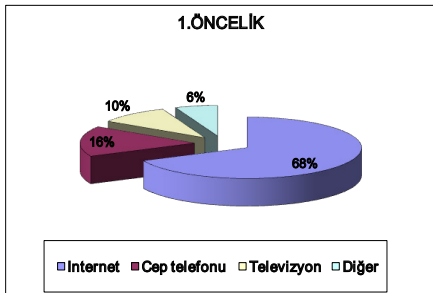
Yeni iletişim teknolojileri sadece sohbet amaçlı değil; kurum içinde toplantı, seminer ve benzeri etkinliklerin daha kolay duyurulması neticesinde kişilerarası iletişime katkıda bulunmaktadır. Diğer taraftan internet üzerinden yapılan, bilimsel ya da iş amaçlı anlık yazışmalar (Chat) aynı mantıkla bu sürecin işlevselliğini artırmaktadır. Bu mantıkla olaya baktığımız zaman, anket sonuçlarından yeni iletişim teknolojilerinin en çok kişilerarası iletişimi etkilediği görüşünün ortaya çıkması neticesinden bireysel kalitenin ve beraberinde gelecek olan kurumsal kalitenin etkilenme potansiyeli içine girdiğini söylemek

mümkündür. Nitekim kişilerarası iletişimin birinci öncelikte yer alması anlatılanların bir sonucudur. Bunun yanında yeni iletişim teknolojilerinin bireylerin gazete okuma ve kaynaklara ulaşma alışkanlıklarını değiştirdiğini de söylemek olasıdır. Ayrıca yeni iletişim teknolojileri sayesinde sadece tek bir nokta ya da görüş üzerinde kilitlenmeyen okuyucu, alternatif pek çok fikri öğrenebilme ve buna yönelik sentez yeteneğini geliştirebilme olanağına da kavuşmaktadır. Dolayısıyla bireysel düşünce ya da düşünceleri daha fazla değerlendirebilme olanağına kavuşan okuyucuya daha sağlıklı ve önyargısız değerlendirme yapabileceği yolu açılmaktadır. Anket sonuçlarına bakıldığında da; 2. öncelikte kişilerarası iletişimden sonra gelen %28' lik dilimle alternatif fikirlere ulaşmak ve 3. öncelikte de %41' lik oranla bireysel düşüncenin değerlendirilmesi vurgulanan noktaları destekler niteliktedir.



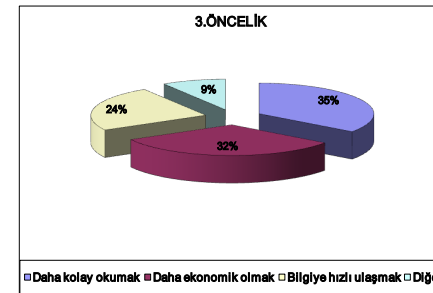
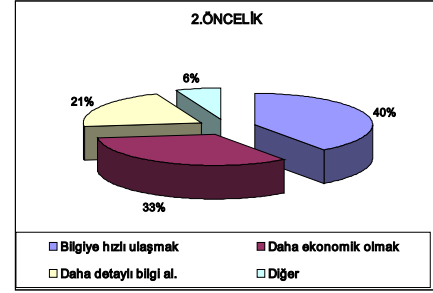
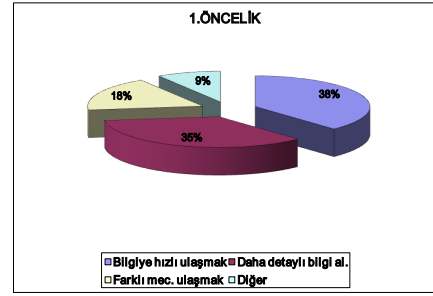
**Tablo 2:Yeni İletişim Teknolojilerinin Gazetelere Ulaşmak Amacıyla Kullanımı**

Gündelik yaşam pratiklerimizi değiştiren yeni iletişim teknolojileri, sadece internet değil; cep telefonu, uydu sistemleri ve mobil iletişim araçları kanalıyla yaşantımız içine girmiş bulunmaktadır. Günlük haber alma ihtiyacını, hisseden okuyucu eğilimlerine göz attığımız zaman, bu teknolojilerin gazete okuma sürecinde yüzde 91 oranında kullanıldığı dikkat çeken önemli bir noktayı oluşturmaktadır.



**Tablo 3:Bilgi/Habere Ulaşmada En Sık Kullanılan Yeni İletişim Teknolojileri**

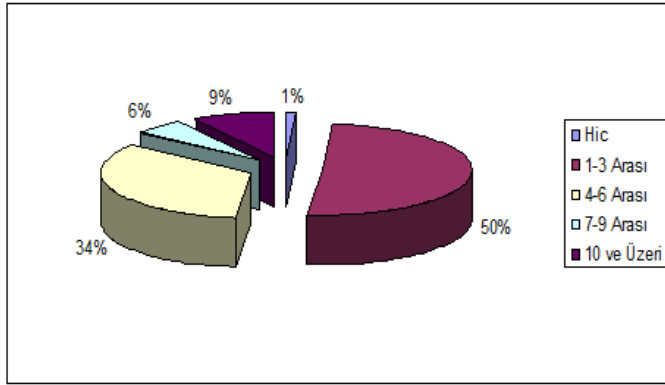
Dünyada neler olup bittiği konusundaki bilgi ve haberlere, ulaşma gereksinimi içinde olan okuyucu; maliyet, hız ve kolay ulaşım noktaları açısından değerlendirildiğinde yeni iletişim teknolojilerine yönelmiş bulunmaktadır. Dolayısıyla internet, cep telefonu ve akıllı tablet olarak bilinen yeni iletişim teknolojileri televizyondan sonra hayatımızın öncelikleri arasında ayrı bir yer edinmiş bulunmaktadır. Nitekim üniversite genelinde yapılan anket sonuçları değerlendirildiğinde; internetin yüzde 68 birinci öncelikte yer alması cep telefonunun ikinci öncelikte başı çekmesi ve üçüncü öncelikte ise %35' lik dilimle akıllı tabletin ilk sırayı alması belirtilenlerin bir sonucu olarak karşımızdadır.



**Tablo 4:Yeni İletişim Teknolojilerinin Yaşantımıza Getirdiği Kolaylıklar**

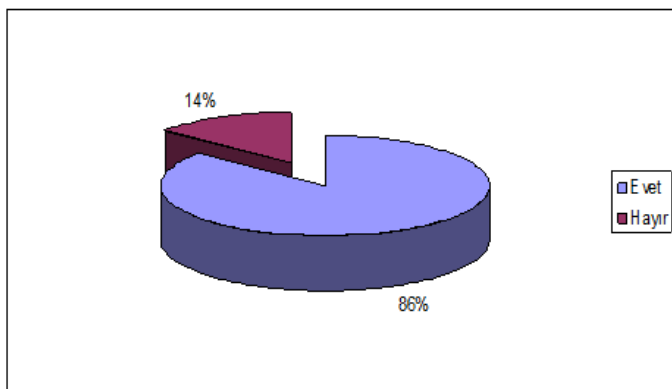
Yeni iletişim teknolojilerini tercih nedenlerinden birisi de daha çok bilgiyi kısa zamanda yakalayabilmektir. Çünkü günümüz yaşam koşullarında zamana karşı yarışan bireyler işlerini tamamlayabilme ve sonuçlara hızlı ulaşabilme zorunluluğunda olduklarından; bilgiye daha kolay ulaşma avantajını sunan yeni

iletişim teknolojilerini yaşamları içine sokmuş bulunmaktadır. Olaya bu açıdan baktığımızda da; daha detaylı bilgiyi yakalama, farklı mecralara ulaşabilme olanağını elde etme gibi nedenlerin yanı sıra bilgiye daha ekonomik olarak ulaşabilme şansına sahip olma şeklinde sıralanan avantajlar diğer ürünlerde olduğu gibi yazılı basın ürünü olan gazetelerde de önemli hale gelmiştir. Nitekim ankete katılanların yanıtlarına göz attığımızda; gazetelere yönelik okuma alışkanlıklarında yeni iletişim teknolojilerinin tercih etme nedeninin yüzde 38 oranla bilgiye hızlı ulaşma olarak belirginleşmesi, anlatılanların bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunu daha detaylı bilgiye ulaşmak seçeneği takip etmektedir. Çünkü gazete okurları, sağlıklı değerlendirme ile gerekli sentezi yapıp, rasyonel sonuca gidebilmek için farklı görüşlere ihtiyaç duymaktadır. Bunun yolu da daha detaylı bilgiden geçmektedir. Diğer yandan ekonomikliğin tüm ürünlerde olduğu gibi gazetelere ulaşma noktasında da okuyucu açısından önem katsayısı dikkate alındığında; ikinci öncelikte yer alan yüzde 33'lük oran ve üçüncü öncelikte de ilk sırayı takip eden %32'lik oranın tesadüf olmadığı açıkça görülmektedir. Yukarıda tabloda da görüldüğü üzere; bilgiye sadece ulaşmak değil, farklı mecralardaki bilgiye zahmetsizce kolay ulaşmanın yolunu açan yeni iletişim teknolojilerinin katkısı irdelendiğinde ise; birinci öncelikteki %18'lik üçüncü kademe yer alan dilim, benzer şekilde tesadüfi bir sonuç olarak yorumlanmamalıdır.



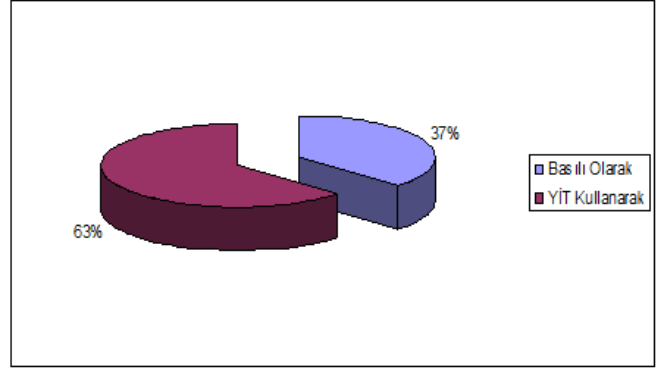
**Tablo 5:Yeni İletişim Teknolojilerinin Gazeteleri Takip Etme Hususunda Kullanılma Sıklığı**

Bilgiye zahmetsizce ulaşmanın yanı sıra; alternatif görüşleri de benzer platformda bulan okuyucu, günümüz dünyasında gazeteleri yeni iletişim teknolojileriyle daha fazla takip eder hale gelmiştir. Satış noktasından çoğu zaman birden fazla gazeteyi satın almayı tercih etmeyen okuyucu yeni iletişim teknolojileri aracılığı ile aynı haberin birden çok gazete verilmiş tarzına, içeriğine, vurgulanan değerlere bakma merakı içine girmektedir. Nitekim toplam yüzde 99'lük oran bunun bariz bir göstergesidir.



**Tablo 6:Yeni İletişim Teknolojileri Kanalıyla Gazetelerde Okuyucu Değerlendirmelerine**

Günümüzün değişen kalite anlayışı, yazılı basın işletmeleri açısından okur odaklı olmayı ön plana çıkarmıştır. Bu açıdan bakıldığında da eskiden çok fazla dikkate alınmayan okuyucudan gelen yorum ve eleştirilerin önem katsayısı artmıştır. Yeni iletişim teknolojileri ise bunu kolaylaştıran, okuyucuya ilişkin yarattığı yeni platformlarla buna ön ayak olan bir konum kazanmıştır. Nitekim yüzde 86'lık oran bu görüşün desteklediğini doğrulamaktadır.



**Tablo 7:Okuyucuların Gazetelere Ulaşma Hususunda Tercih**

Yazılı basın ürününden farklı olarak yeni iletişim teknolojileri gün içindeki anlık gelişmelerden okuyucuyu haberdar etme açısından dikkate değer bir noktada durmaktadır. Diğer taraftan da bazı köşe yazarlarının yorumlarını, onların vurguladığı değerleri tekrar okuma gereksinime içine giren okuyucu nezdinde de yazılı basın ürününün değeri farklı bir noktada durmaktadır. Nitekim yüzde 37'lik bir oran bunun bariz bir göstergesidir. Ancak gündelik yaşamımız içine giren yeni iletişim teknolojilerinin birçok noktada olduğu gibi gazete okuma alışkanlıklarını da değiştirdiği görüşünün kanıtı da anket sonuçlarından görüldüğü gibi yüzde 63 olarak belirginleşmektedir.

## SONUÇ

Yaşantımızda yeni bir boyut açan ve gündelik yaşam pratiklerimizi değişime uğratan yeni iletişim teknolojileri, yazılı basın ürünü gazetelerin okuyucu alışkanlıklarına da farklılıklar getirmiştir. Anket sonuçlarına bakıldığında da; kişilerarası iletişim yanında yeni iletişim teknolojilerinin gazete okuma ve kaynaklara ulaşma alışkanlıklarını bir hayli değiştirdiğini görülmektedir. Bunun dışında alternatif fikirleri öğrenme imkânını da sunan yeni iletişim teknolojileri sayesinde okuyucunun sentez yapabilme yeteneğini daha fazla gelişme imkânına kavuşmakta ve bireysel düşüncenin değerlendirme potansiyelinin artışı mümkün olabilmektedir. Tüm bunlar hiç şüphesiz günümüz okuyucusunun, yeni iletişim teknolojilerini gazetelere ulaşma noktasında giderek daha fazla kullanır hale gelişinden kaynaklanmaktadır. Nitekim anket sonuçlarından elde edilen %91 lik oran bunu ispat eder niteliktedir.

Günümüzde okuyucu profili tarafından en sık kullanılan yeni iletişim teknolojileri sorgulama sürecine tabi tutulduğu vakit; internet başı çekmekte ve onu cep telefonu izlemektedir. Bunların dışında, kullanılma yüzdesi internet ve cep telefonuna kıyasla yeni artış gösteren akıllı tabletlerin de yine devreye girmesi,

anket sonuçlarından da izleneceği üzere dikkat çekicidir.

Küreselleşen dünyamızda çağdaş okuyucu için zaman olgusunun giderek artan önem katsayısı, hedefleri de değişime uğratmıştır. Dolayısıyla bilgiye sadece ulaşmak değil daha hızlı ulaşma çabası içerisinde giren okuyucu bununla da yetinmeyerek daha detaylı bilgiyi nasıl ve ne şekilde elde ederim gayreti ile hareket eder hale gelmiştir. Tüm bunları yaparken de zamanın yanında maliyet konusunda da dikkatli ya da tedbirli davranmayı tercih eden okuyucu, bu konu üzerinde titizlikle durmaya özen göstermektedir. Anket sonuçlarına göz atıldığı zaman ise; belirtilen noktaların, yeni iletişim teknolojilerinin gündelik hayatımıza getirdiği kolaylıklar içerisinde başı çektiği görülmektedir. Vurgulanan noktalarla beraber yeni iletişim teknolojilerinin, daha fazla gazete okuma gerekçesiyle tercih edildiği de yine anket sonuçlarında % 84 lük oranla kendini göstermektedir. Okuyucuları bu tercihe yönelten bir başka neden ise; yeni iletişim teknolojileri kanalıyla sunulan gazetelerin basılı gazetelerden farklı olarak okuyucu değerlendirmelerine daha fazla davetkâr bir tutum içerisinde oluşundan ileri gelmektedir. Buna bağlı olarak da; günümüzde gazeteler eskisinden farklı olarak satış odaklı olmak yerine okuyucu odaklı olmayı tercih etmektedir. Daha kaliteli hizmet anlayışının bu noktadan geçtiğinin farkında olan gazete işletmeleri, okuyucunun her çabanın odak noktasına yerleştiğini görmekte ve onların değişen değer ve beklentilerinin gazetelerinin potansiyel yaşamlarına garanti altına alma noktasında ne kadar önemli olduğunun bilinciyle hareket etmeyi tercih etmektedirler. Onları bu şekilde hareket etmeye yönelten hiç şüphesiz anket sonuçlarından da görüldüğü üzere; değişim yaşayan okuyucular.

## KAYNAKÇA

- ATABEK Ümit, TUNCEL Hakan, KARA Hakan, KARADUMAN Murad, HALICI Nihat(2005). Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya, Der: Sevda Alankuş, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları,
- ATABEK Ümit(2001), İletişim ve Teknoloji, Ankara: Seçkin Yayınları
- BAŞARAN Funda(2010).İletişim Teknolojileri ve Toplumsal Gelişme “Yayılanın Ekonomi Politikası”, Ankara: Ütopya Yayınevi
- CAMILLERI, Emanuel (2011). Project Success: Critical Factors and Behaviours, England: Gower Publishing Ltd.
- ÇAPMAN Nedim(1970). Gazetecilik Tekniği-Kitle Haberleşmesi (Mass Communication), İzmir: Başkent Yayınevi
- GERAY, Haluk (2003). İletişim ve Teknoloji, Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları, Ankara: Ütopya Yayınevi
- GÖNENÇ E. Özgür (2004). Medya Dünyası, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Basım ve Yayınevi Müdürlüğü
- KALSETH, Karl, CUMMINGS Sarah(2001).Knowledge Management: Development Strategy or Business Strategy? Information Development, 17(3), 163-171
- KARAÇOR Süleyman(2009).Yeni İletişim Teknolojileri, Siyasal Katılım ve Demokrasi, Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Cilt 16/2, 121-131
- MCQUAİL Denis, WINDAHL Sven(2005). İletişim Modelleri-Kitle İletişim Çalışmalarında, Çev: Konca Yumlu, Ankara: İmge Kitabevi
- RUSSELL Bertrand, RUSSELL Dora(1979). Endüstri Toplumunun Geleceği, Ankara: Bilgi Yayınevi



# BAĞLAMA EĞİTİMİNDE POPÜLER MÜZİK ESERLERİNDEN YARARLANMA: ORHAN GENCEBAY ÖRNEĞİ

Mehmet KINIK\*

## ÖZET

Çağın yeniliklerini en somut biçimde içerisinde bulabileceğimiz müzik türlerinden biri şüphesiz popüler müziktir. Bunlardan çalgısal içerik açısından; icranın düzeyi, tekniği, icracının tarzı ve tavrı gibi özellikler, popüler müziğin çalgı eğitiminde yararlanılabilecek kaynak olma özelliğini göstermektedir. Bu türde kaynak özelliği taşıyan sanatçılardan biri de Orhan Gencebay'dır. Albümlerindeki bestelerin tamamı kendine ait olan Orhan Gencebay, eserlerinde çalgı çeşitliliği ve tekniği, gelenekselden kopuk olmayan yenilikçi anlayışı, Batı çalgı tekniğinden yararlanması, ton, makam zenginliği gibi müzikal unsurları eserlerine ustaca yansıtan bir sanatçıdır. Araştırmada, Orhan Gencebay eserlerinin bağlama eğitiminde farklı icra şekillerini kazandırma amacı taşıyan dört eserinin müziksel analizi yapılmıştır. Bu analizler sonrasında seçilen dört eser, çalgısal bölümleri üzerinde kazandırdıkları beceriler belirtilerek, bağlama öğretimine uygun yazım ve terminoloji ile etütsel nitelik taşıyan kaynak şeklinde sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Bağlama, Bağlama Eğitimi, Popüler Müzik, Orhan Gencebay

## TAKING ADVANTAGE OF POPULAR MUSICAL CREATIONS IN BAGLAMA INSTRUCTION: ORHAN GENCEBAY CASE

### ABSTRACT

Obviously, popular music is a kind in which innovations of the age could be found in concrete form. Out of these innovations, characteristics such as level and technique of performance and also musical style and attitude of performer are valuable resources and they can be benefitted in instruction of musical instruments. The ones who are putting forward these characteristics are of course the performers who have high levels of performance. Orhan Gencebay, one of these paramount performers, has a wide instrumental variety and technique in his compositions which all he created by himself, has an innovative approach which is not completely disconnected from the traditional, employs western performing style, has richness of tone and scale and reflects these properties to his compositions. With the aim to bring in new techniques and different performance styles, through the research, four musical creations of Orhan Gencebay which may give support to baglama instruction were musically analyzed. As the result of these analyses, the four compositions were presented as resources of practice to baglama instruction. Also skills which may be gained were specified.

Keywords: Baglama, Baglama Instruction, Popular Music, Orhan Gencebay

### 1.GİRİŞ:

Kendi dönemi içerisinde yaygın ve diğer müzik türleri içerisinde dinlenme oranına göre belli bir ağırlığa sahip olan popüler müzik bir sanat/meslek dalı, olmanın yanında bünyesinde çeşitli yenilikleri de barındıran müzik türüdür. Popüler müzik kendi dönemine damgasını vuran müzik olmakla birlikte müzikal açıdan içerisinde yenilikleri barındırmak zorunda olan bir müziktir. Çünkü müzik üretimini etkilemekte olan gelişen müzik teknolojisi, insanların zevk ve beklentilerini de değiştirmektedir. Bu da bu tür müziklerin sundukları yeniliklerle popüler olma ölçütlerini etkilemektedir. Popülerliğin kendi içerisinde değişimi ve gelişimi zorunlu kılan öğelerin başında; yeniliğe yatırım yapan rekabetçi piyasa şartları gelmektedir. Bu rekabet ortamı da popüler müziği üretenler açısından yeniliği zorunlu kılmaktadır.

Yeniye arayan popüler müzik bu yönüyle deneysel bir içerik de taşır. Bir tür arayış ta denilebilecek yeniliklerin içerisinde ileri düzey çalgısal icra da yer almaktadır. Geleneksel çalgıların da kullanıldığı popüler müziklerde çalgılar geleneksel olmasına karşın icra, geleneksel eserlerden daha ileri düzey performans gerektiren seviyelerde olabilmektedir.

Bunun nedenlerinden biri; bu tür müziklerin üretiminde görev alan icracıların çoğunun ileri düzey icra yeteneğine sahip olmalarıdır. Popüler müziklerin bu yönleri de eğitim öğretim boyutuyla ele alınarak çalgı eğitiminde yararlanılabilecek kaynak olma özelliklerini ön plana çıkarmaktadır.

### PROBLEM

Bağlama eğitiminde ileri düzey icrayı destekleyecek mevcut repertuara ek olarak popüler müzik eserlerinin ne tür faydalar sağlayacağı araştırmanın problemini oluşturmaktadır.

### AMAÇ

Araştırmanın amacı; geleneksel müzik repertuarı içerisinde bağlama icrasını ileri düzeylere taşıyabilecek niteliklere sahip popüler müzik eserlerinden oluşan yeni repertuar ile bağlama eğitiminde verimliliği artırmak ve yeni çalgı tekniklerini içeren repertuarla eğitim dağarını genişletmektir. Bunun yanında popüler müzik eserlerinin eğitim müziği repertuarına kazandırılmasını sağlamaktır.

### YÖNTEM

Araştırmanın evrenini popüler müzik piyasasında yer alan tüm eserler oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise Orhan

\*Yrd. Doç. Dr., Fatih Üniversitesi Konservatuvarı Türk Müziği Bölümü Öğretim Üyesi

Gencebay eserleridir. Bu eserlerden iç örneklem yolu ile bağlama eğitimine katkı sağlayacak dört eser belirlenerek yine bağlama icrasına yönelik müziksel analizleri yapılmıştır. Analizlerde Orhan Gencebay eserleri içerisinde bağlamanın çalgı tekniği açısından gelişimini sağlayacak eserlerinden bağlama ile çalınan giriş ve ara müzikleri içeren bölümler tespit edilmiştir. Daha sonra bu bölümler bağlama eğitimine uygun bir yazım şekli ve terminoloji kullanılarak etütsel nitelikli bağlama öğretim materyali şeklinde sunulmuştur.

Hayatımızın neredeyse ayrılmaz parçası olmasına rağmen popüler müzik, eğitim sistemimizde aynı oranda yer almamaktadır. Kendi içerisinde icrasal ve teknolojik açıdan birçok yeniliği barındıran popüler müziğin lisans düzeyinde ders olarak okutulduğu müzikoloji bölümlerinden sonra yine fakülte düzeyinde, Eğitim Fakülteleri Güzel Sanatlar Eğitimi Müzik Eğitimi Anabilim Dallarındır. Ancak burada eğitimin içeriği, daha çok tür, sanatçı, yıllara göre gelişmeler, eserler ve çalgı adlarını içermekte olup, bu müzik türünün icra, çalgı tekniği, yorum gibi kendi bileşenlerinden yararlanmak şeklinde olmamaktadır. Oysaki popüler müziğin yenilikçi olma özelliği icrasal yönlerden de bazı avantajları beraberinde getirmektedir. Bunlar arasında çalgı tekniği, yenilik içermesinin yanında performans açısından profesyonel icrayı da içermektedir. Popüler müziğin bu yönü de yararlanılabilir kaynak olma özelliğini ortaya çıkarmaktadır. Ülkemizde popüler müziğin önemli bir özelliği de yine kendi içerisinde popüler nitelik taşıyan geleneksel müzikle uluslar arası müziğin sentezlenmesi şeklinde olmasıdır. Bu da popüler müziği “yeni” yapan unsurlardan biridir.

Her besteci ya da müzik yapımcısı ürünlerinin gündemde kalarak popüler olmasını ister. Bazı sanatçılar ise, müziği popüler yapan unsurlardan biri olan dinleyici kitlenin beklentilerini ve müziksel açıdan güncel yenilikleri eserlerine yansıtarak popülerliği sağlamaktadırlar. Bununla ilgili somut göstergelerden biri de, pop olarak adlandırılan müziği üretenlerin arabesk müzikten, arabesk müzik üreticilerinin de benzer kaygılarla pop müzik örneklerinden yararlanmalarıdır. Bunun sonucunda “Ortaya bir kaynaşma çıkmış, özellikle arabesk müzik pop müziği büyük oranda etkilemiştir. Ortaya pop-arabesk-Türk müziği gibi bir üçgen çıkmış ve gerçek anlamda yeni bir tarz popüler müziği yaratmıştır. Aslında popülerleşmek bir ödün vermektir. Pop müzik arabeskleşti ve bunun nedeni de pazarın genişlemesidir. Çok az orandaki popüler müzik hariç, pop müziğin etkisi ile alt yapısı zenginleşen arabesk müzik de eskisinden daha geniş halk tabanına ulaşmıştır” (Karahasanoğlu, 2003: 129).

Türkiye’de popüler müzik kendi çevresinde bulunan etkenler doğrultusunda gelişim ve değişim göstermek suretiyle kendi ulusal kimliğine kavuşma yolunda hızla ilerlemektedir. Bu kimliğin oluşumunda geleneksel müziklerin etkisinin yanında batı müziği çalgılarının ve çalgı tekniğinin kullanılması süreci etkilemektedir. “Dolayısıyla her popüler müziği kendi bağlamında değerlendirmek gerekeceğinden, evrensel bir popüler müzik gelişim ve değişiminin yeryüzündeki bütün popüler müziklere uygulama olanağı da yoktur. Amerikan popüler müziği ile Endonezya popüler müziğinin, ya da Avrupa ülkelerinde benimsenen popüler müzik ölçütlerinin Türkiye’deki popüler müziklerle aynı normlarda olması beklenmemelidir” (Erol, 2002: 130).

“Hayatımızın ayrılmaz parçası olan ve popüler nitelik kazanmış pop müzik, toplumda en yaygın biçimde dinlenen, kullanılan ve tüketilen müzik türüdür. Ülkemizde popüler müziğin kavramsal ve terimsel olarak oturduğunu söylemek ve

Türk popüler müziği form ve müziklerini batı popüler müziği form ve müzikleri ile aynı tutmak mümkün değildir. Dolayısıyla Türkiye’deki popüler müzik temel olarak üç ana kolda vücutta gelmektedir. Birincisi batı müziği etkisi ile gelişen popüler müzik, ikincisi klasik Türk müziği etkisi ile oluşan popüler müzik, üçüncüsü ise halk müziği etkisi ile oluşan popüler müziktir. Bunların her üçünün ortak bileşeni arabesk müziktir” (Karahasanoğlu, 2003: 127).

Türkiye’de pop müzik her ne kadar daha derin bir geçmişe sahip olsa da, adı ve yaygınlığı ile 1990’lı yıllarda daha belirgin bir şekilde kendini hissettirmeye başlamıştır. Bununla birlikte bugünkü arabesk-pop müziğin ya da pop-arabesk müziğin birbiri içerisinde görülmesinde etken olan birbirlerinin müziksel alt yapı ve üst yapılarından yararlanmaları da yine 1990’larda daha belirgin biçimde ortaya çıkmaya başlamıştır. Aralarındaki en belirgin fark ise solistlerin okuyuş tarzları ve üst yapı çalgılarının kullanılışıdır. Bu manada düşünüldüğünde arabesk müzikte kendi dönemi içerisinde çok kişi tarafından dinleniyor olması sebebiyle popüler nitelik taşır. Arabeskin tüketiliş oranına göre popüler olması, Orhan Gencebay’la 1960’lara dayanmaktadır. Günümüz pop müzik eserleri incelendiğinde Türk halk müziği çalgılarının etkin bir şekilde kullanıldığı görülmektedir. “Özellikle son zamanlarda ortaya çıkan ve artık “özgün” bir nitelik gösteren pop müziği örneklerinde halk müziğinin yalnızca ezgisel, düzümsel, tartımsal ve makamsal yapısından yararlanılmakla yetinilmemiş, bu öğelere ek olarak; oturtum (çalgılar ve sesin müzik eseri içerisinde görevlendiriliş biçimi) da bağlama, davul, zurna, mey ve tef gibi geleneksel Türk halk çalgılarına da yer ve önemli görevler verilmiştir. Bu farklı çalgılama yöntemi ile yeni, özgün ve bize özgü tınlar elde edilerek daha geniş ve sağlam bir taban oluşturulmuştur”(Gedikli, 1999: 76).

Modern ve çağa uygun bir anlayış içerisinde çalgı eğitiminin yapılması, kullanılan yöntemlerin yanında bu eğitimi her düzeyde besleyecek bir çalgı eğitimi repertuarının olmasına bağlıdır. Bu repertuarın oluşmasında söz konusu çalgıya ait yerleşmiş bir müzik kültürünün oluşması gerekmektedir. Bu oluşum içerisinde geleneksel sanatçıların, eğitimcilerin ve özgün çalışmaları ile topluma mal olmuş sanatçıların rolü şüphesiz büyüktür. Bunlardan geleneksel sanatçıların ürünleri yine geleneksel unsurları içeren özelliklere sahiptir. Eğitimcilerin çalışmaları ve ürünleri genellikle işin eğitimsel boyutunun gelişimi ve düzenlenmesi esası üzerinde sürdürülmektedir. Özgün çalışmalar yapan bazı sanatçıların ürünlerini oluşturmalarındaki kaygıları ise geleneksel sanatçılardan ve eğitimcilerden farklı olup, daha çok yeni ve özgün fikirler etrafında çalışmalarını sürdürmeleridir. Bu tür özgün çalışmalar yapan sanatçıların mesleklerini sürdürebilmeleri ve bir anlamda ayakta kalabilmeleri de buna bağlı olmaktadır.

Türkiye’de bağlama eğitimini besleyen temel materyallerin başında geleneksel halk müziği repertuarı gelmektedir. Bunun yanında bazı bağlama metotlarında başlangıç ve orta düzeyi içeren alıştırmalar ve etütsel çalışmalar bulunmaktadır. Bu tür alıştırmalar ve etütsel çalışmaların bir kısmı tamamen özgün, yeni çalışma ve denemeler olup bir kısmı da geleneksel eserlerin alıştırmalar ve etüt şekline dönüştürülmeleri yoluyla elde edilmektedir. Bağlamanın geleneksel bir çalgı olarak adlandırılması ve kategorize edilmesi, kimilerince bu çalgının sadece geleneksel eserlere eşlik sazi olduğu şeklinde dar bir içeriğe sıkıştırılmasıdır. Oysa dünyada, neredeyse herkes tarafından bilinen birçok çalgı, bir kasabada, bir şehirde ya da bir bölgede doğmuş olmasına rağmen, özellikle çalgının icrasal yönünü içeren tekniğinin geliş-

<sup>1</sup>Burada Gencebay örneğinin verilme sebebi; o yıllarda Türk müzik piyasasında birçok ünlü arabesk müzik sanatçısı olmasına rağmen Gencebay'ın müziklerinde halk müziği ve sanat müziği öğelerini kullanmasının yanında batı çalgılarını ve bu çalgıların icra tekniklerini de kullanıyor olması, Türkiye'deki pop adı verilen müziğe onu daha da yaklaştırmıştır. Bu onu popüler yapmanın yanında diğer arabesk müzik sanatçılarından da farklı kılmaktadır.

<sup>2</sup>Bkz. Savaş Ekici, *Bağlama Eğitimi Yöntem ve Teknikleri*, Yurt Renkleri Yayınevi, Ankara, 2006. ve M. Aydın Atalay, ve Y. Kemal Alim, *Pozisyonlarla Uzun Sap Bağlama Metodu-1*, Aktüel Basım Yayın, İstanbul, 2004.

ştirilmesi ile tüm dünyada bilinen hatta tüm dünya kültürüne mal olmuş çalgılara dönüşmüşlerdir. Bu da o çalgının sadece dünya kültürüne mal olması ile kalmamış doğduğu yerin ve kültürün tanınmasına da katkı sağlamıştır.

Türk müziğinin ya da geleneksel müziğimizin birçok yabancı ülkede, özellikle batı müzik kültürü etrafında yer alan ülkelerde ilgi gördüğü muhakkaktır. Ancak yabancıların müziğimize olan ilgileri daha çok, genel hatları ile nasıl olduğunu öğrenebilme merakını gidermeye yönelik olup ayrıntıyı içermemektedir.

Geleneksel Türk müziğinin önemli bir ayağını teşkil eden türküler, Türk halk çalgıları eğitiminde sıkça kullanılan eserlerdir. Bağlama eğitiminde de en sık kullanılan materyallerden olan Türk halk müziği repertuarındaki eserlerin büyük bir çoğunluğu türkü icrasına yönelik olduğu için çok az bir kısmı dışında kalanların bağlama eğitiminde ileri düzey teknik gelişimi sağlayacak niteliklere sahip olmadıkları gibi böyle bir kaygı da taşımazlar. Bu eserler genellikle bağlama eğitiminde başlangıç ve orta düzey gelişimi sağlayabilecek içeriğe sahiptir ve geleneğin çalgılara aktarılmasında ya da çalgılar eşliğinde sürdürülmesinde önemlidirler. Bağlama icrasının teknik olarak daha ileri düzeylerde sürdürülebilmesi için geleneksel eserlerin bir bölümünün yanında çalgı tekniğini ileri seviyelere taşıyabilecek eserlere ihtiyaç duyulmaktadır. Bunlar yine geleneksel eserlerden bazıları olabileceği gibi popüler müzik içerisinde yer alan ve bağlama icrasında ileri düzey icra yeteneğine sahip sanatçıların eserlerinden yararlanma şeklinde de olmalıdır. Türkiye'de popüler müzik içerisinde yer alan önemli sanatçılardan biri olan Orhan Gencebay, bağlama icrasındaki başarısı, bağlamayı kullanarak bestelediği eserleri ve bu eserlerde bağlamayı kendine has, çok farklı bir stilde çalması ile eserlerinden bağlama eğitiminde yararlanılabilecek önemli bir sanatçıdır. Türkiye'de bağlama icrasına farklı bir soluk getiren sançtı geleneksel çalgı olan bağlamanın uluslar arası niteliklere sahip olabileceğini eserleri ve icrası ile göstermektedir.

Araştırmanın bu bölümünde Orhan Gencebay'ın bağlama öğretim sistemi içerisinde yer alması, dolayısıyla Türk müziği eğitim sistemi içerisinde yer almasının gerekçelerinin anlaşılması ve çalışmada ortaya konulan örneklerin öneminin anlaşılması açısından sanatçının müzikal yönlerinden bahsetmek yerinde olacaktır. Bunun yanında Batı müziğinde sanatçıların çalgı icrasının gelişmesindeki rollerinden kısaca bahsedilmektedir.

Dünyadaki birçok çalgının gelişiminde ve tanınmasında o çalgıyı üstün bir beceri ile icra eden sanatçıların rolü şüphesiz çok büyüktür. Bu sanatçıların birçoğu sadece ileri düzey eserleri icra etmekle kalmamış aynı zamanda bu tür eserleri kendileri bestelemişlerdir. Bu icra ve besteleri sayesinde de çalgıların dünyaca tanınmasını sağlamışlardır. Bunlar; virtüöz bestecilerden olan, döneminin önemli müzisyenlerinden Niccolo Paganini'nin , (1782-1840) keman için, tekniği çok ileri düzey eserleri bestelemesi ve icra etmesi, kemanın tüm dünyada tanınmasında ve çalınmasında etkili olmuştur. Yine bu çalgılardan

<sup>3</sup>Geleneksel repertuar içerisinde sayıları azda olsa çalgı tekniği açısından önemli eserler vardır. Bunlardan Azeri yöresine ait Kaytağı, Ali Ekber Çiçeğe Ait Haydar Haydar, Ankara Divan Ayağı gibi eserler çalgı tekniği açısından önemli eserlerdir.

<sup>4</sup>Keman tekniğini geliştirerek çok ileri düzeylere gelmesini sağlayan ve bu konuda devrim yaratan Paganini'nin bu çalışmalarından sonra başta İtalya olmak üzere Avrupa'da çok sayıda virtüöz keman sanatçısı yetişmiştir

biri olan piyano, kendi döneminin önemli sanatçılarından J. S. Bach, W.A. Mozart ve Franz Liszt gibi sanatçıların ileri düzey icraları ve besteleri sayesinde gelişmiş ve dünyaca tanınmıştır. Komşumuz Azerbaycan'ın geleneksel çalgısı olan tar'ın dünyaca tanınmasında ve tar icrasının gelişiminde, Hacı Hammammedov'un tar ve senfonik orkestra için bestelediği eserleri Ramiz Guliyev'in ileri bir icra tekniği ile yorumlaması sayesinde tar'ın uluslar arası bir nitelik kazanması, çalgıların gelişiminde eser ve icracının önemine verilebilecek başka bir örnektir.

Bağlama icrasında ileri düzey icra tekniğine sahip olan Orhan Gencebay'ın bağlamayı farklı pozisyonlarda ve tonlarda çalması bu özelliğe sahip olmasında önemli etkenlerden biridir. Geleneksel türkülerin büyük bir bölümü uzun sap bağlama ile kara (Bozuk düzen) düzen akortta tek tele göre yazılıp çalınan eserlerdir. Bu eserlerin icrasında bağlamanın orta ve üst teli genellikle yöresel tavırlarda sadece dem teli olarak kullanılırken Orhan Gencebay'ın çoğu eseri kara düzen akortta ve uzun sapta üç telin de etkili biçimde kullanılması ile çalınabilen ve icrasal yönden gelişimi sağlayan eserlerdir. Gencebay'ın eserlerindeki bağlama partilerinin hemen hepsi bağlamanın teknik üstünlüklerini gösteren içeriğe sahiptirler. Özellikle tezene yönlerinin ve parmak numaralarının doğru ve etkili kullanılması ile sağlanan aceliteli bölümlerin bağlama eğitiminde kullanılması icracıya önemli katkılar sağlayacaktır. Geleneksel müzikten kopuk olmayan Orhan Gencebay'ın eserlerinin birçoğunda yine geleneksel motifleri görmek de mümkündür. Sanatçının kendisi katıldığı televizyon programlarında geleneksel bağlama icracılarından Bayram Aracı'dan yararlandığından bahseder. Bunun yanında Orhan Gencebay "Batı müziğine ilgi duyan, Batı tekniği üzerinde çalışan; Türk halk müziği ve Türk klasik müziği konusunda küçük yaşlardan itibaren dersler almış, Samsun ve Edirne musiki cemiyetlerinde, halk evlerinde, İstanbul belediye konservatuarında, Ankara ve İstanbul radyoları ve İstanbul müzik piyasasında çalıp beste yaparak bir anlamda sentezlenmiş bir müzik kültürü içerisinde kendisini yetiştiren ve kendi "duyuma" önem veren bir sanatçıdır" (Özbek, 2009: 180).

Besteci ve yorumcuların özelliklerinden biri de çalgıların tekniğinin yanında kullanım alanını geliştirmektir. Bu bağlamda Gencebay, bağlamanın üç telini de etkili biçimde kullandığı için bağlamanın ses alanının (register) gelişmesine öncülük edenlerden olmuştur. Sanatçıların çalgılarında iyi bir seviyeye gelebilmeleri ya da virtüöz olabilmeleri için onları bu seviyeye taşıyabilecek eserlerin olması gerekir. İcraçıların tekniği, gelişime ne kadar açık olursa olsun onların bu gelişimi kazanabilmeleri ve uygulamaya geçirebilmelerini sağlayan repertuara ihtiyaç vardır. Bu repertuar, icracının gelişiminin yanında çalgının teknik gelişimini de sağlar.

Türkiye'de bağlama eğitimi alan ya da belli düzeylerde bağlama çalan kişilerin birçoğu, sanatçının eserlerini çalmaktadırlar. Bunun öncelikli nedeni ise; sanatçının eserlerinin popülerliği ve iyi bir bağlama icracısı olmasıdır. Ancak bu düşüncenin altında Orhan Gencebay eserlerinin beğenilmesinin

<sup>5</sup>İtalya'nın Brescia şehrinde yaşayan ilk keman lutiyesi Gasparo da Salodur. (1542-1609) O zamanlar keman sadece o bölgede tanınan bir çalgı iken daha sonraki dönemlerde tekniği ileri düzey olan icracı ve besteciler sayesinde bu çalgının ünü dünyaya yayılmıştır.

<sup>6</sup>Bkz: Gönül Dağı, Elhamdülillah, Cennet Gözlüm, Gurbet, O sen miydin, Goca Dünya,

ve zevkle çalınmasından çok çalan kişiyi çalgı tekniği olarak geliştireceği inancı ve gerçeği yatmaktadır. Birçok bağlama icracısı ve öğrencisinin çoğunlukla kendi çabaları ile Orhan Gencebay eserlerinden yararlanıyor olmalarına rağmen bağlama eğitim sistemi içerisinde konunun ciddi bir yaklaşımla ele alındığı ve sunulduğu çalışmalar ne yazık ki görülmemektedir. Gencebay'ı önemli kılan özelliklerinden biri de; bağlama icrası açısından ileri düzey icra tekniği gerektiren eserlerini, Türkiye'de bağlama icrasının çalgı tekniği açısından günümüzdeki kadar gelişmiş olmadığı dönemlerde, 1960'lı yıllardan itibaren sergilemiş olmasıdır. Gencebay'ın bu yıllardan itibaren süre gelen icrası ve eserleri bu alanda devrim niteliği taşımaktadır. Gencebay'ın bu çalışmaları birçok sanatçıyı ve bağlama icracısını etkilemiş, bunun sonucunda özellikle popüler müzik bünyesindeki bağlama icrasında ciddi gelişmeler görülmeye başlamıştır. Sanatçının eserlerindeki bağlama partileri, bağlamanın solo bir çalgı olma özelliğini son derece belirgin ve etkili bir şekilde ortaya koymaktadır. Gencebay bağlamayı, eserlerinin başından sonuna kadar kullanmaktan ziyade çalgının karakterine en uygun bölümlerde kullanmaktadır. Bu da, eserde yer alan tüm çalgıların bulunduğu bir orkestra içerisinde diğer çalgıların görev paylaşımına verdiği önemi göstermektedir.

Geleneksel bağlama icracılarının genellikle düğâh kararlı basit makamlarda en sık tercih ettikleri karar sesi 1. tel la ve re perdeleridir. Oysa Gencebay, bağlamanın sahip olduğu teknik özellikleri geniş biçimde kullanarak birçok eserinde düğâh karara göre daha zor, ancak teknik açıdan daha zengin olan 2. tel sol perdesini karar sesi olarak kullanmaktadır. Bu da, bağlama eğitiminde sanatçının eserlerini, çalgı tekniğini geliştirme ve etütsel boyut itibarıyla daha yararlı hale getirmektedir.

Çalgı tekniğinin geliştirilmesinde çok yönlü çalışma kapsamında yeni alıştırmalar ve etütlere ihtiyaç duyulmaktadır. Bunlar arasında a tonal örnekler parmak egzersizi olarak yarar sağlamaktadır. Ancak bu tür çalışmalar ve örnekler bağlama öğretim programları ve metotlarında yer almamaktadır. Bağlama öğretimine bu anlamda katkı sağlaması açısından Gencebay eserlerinde bu tür örnekler yer almaktadır.

Orhan Gencebay'ın eserleri ve müzik anlayışı biçim olarak ele alındığında ağırlığın Türk halk müziği ve Türk sanat müziği üzerine olduğu görülebilir. Bunun yanında oryantal müzik olarak ta adlandırılan Arap müziği izlerini görmek mümkündür. Orhan Gencebay'ın eserlerinde, bestelendikleri ya da piyasada yer aldıkları yıllara göre çalgı icrası yönüyle belirgin bir gelişmişlik söz konusudur. Burada sanatçının çalma ve çalışma disiplinine önem verdiği görülmekle birlikte batı müziği sistemi ve eserleri içerisindeki çalgı disiplinini benimsemiş olması bunun diğer sebeplerinden biri olarak gösterilebilir. Sanatçı yaptığı müziği ve tarzını kendi sözleri ile şu genel kavramlar etrafında toplamaktadır; "Orhan Gencebay eserleri karma bir yapıya sahiptir. Türk müziğinin ( Türk halk müziği, Türk sanat müziği ve oryantal müzik) makam, ritim ve çalgıları ile Batı müziği ritim, çalgı ve tekniğini çeşitli ağırlıklarla kullanan; ritmi öne çıkaran ve kemanın önemli bir öge olduğu eklemelenmiş bir yapıdır" (Özbek, 2009: 174). Bu yönlerle düşünülecek olursa Gencebay'ın eserlerini ve tarzını karma bir tür olarak değerlendirmek müm

<sup>7</sup>Orhan Gencebay eserlerindeki a tonal örnekler için bkz: Berhudar Ol albümünde Diriliş adlı eser ve Ya Evde Yoksan Albümünde Nazar Değmez adlı eserler içerisindeki a tonal geçkiler.

kündür. Tüm bu özellikler ise Gencebay müziğinin gelişime açık bir müzik olduğunu göstermektedir.

1960'lı yılların sonunda Gencebay'ın müzik piyasasına girip kendini kabul ettirmesine kadar daha çok halk ozanlarının ve âşıkaların çalgısı olarak bilinen bağlama, bu kişilerin çalgı tekniği açısından icralarındaki eksiklikleri, o dönemde batıdan uyarlanan müzikleri icra eden ve dinleyenlerce ilkel, köy çalgısı ya da köylü çalgısı gibi bir anlamda aşağılamalara neden olmuştur. Gencebay'ın böyle bir zamanda bağlaması ile müzik piyasasında yer alması, bağlama icrasındaki başarılı çalışma ve besteleri ile bağlamayı basit ve küçük gören zihniyetin bu olumsuz düşüncelerinin belirgin biçimde azalmasına neden olmuştur. Arabesk müzik Türkiye'de müzik alanındaki bazı akademisyenler tarafından dinlenebilir bir müzik olarak görülmesi de Türk halkının önemli bir bölümü tarafından dinlendiği bir gerçektir. "1988 yılında yapılan bir araştırmaya göre Türkiye'de plak şirketleri, yılda 200 milyon kaset üretmektedir ve bunun 150 milyonu arabesk müziğe aittir"(Stokes, 2009: 180). Günümüzde de arabesk müzik hala sayıları milyonları bulan bir kitle tarafından dinlenmektedir. Bunlar içerisinde halk müziği kültürünü benimsemiş insanlar arasında bağlama çalan ya da bağlama öğrenenler de bulunmaktadır. Bağlama çalan kişilerin birçoğu çeşitli arabesk müzik sanatçıları dinlese de Orhan Gencebay'ı dinlemek ve onun eserlerini bağlama ile çalmak ayrı bir ustalık gerektirdiğinden onlar bunu icrada kendilerini geliştirme aracı olarak ta görmektedirler.

## BULGULAR

Araştırmada, bağlama eğitimine katkı sağlayacağı düşüncesi ile Orhan Gencebay'ın eserlerinden dördü iç örneklem kapsamında seçilmiştir. Daha sonra bu eserlerdeki bağlama partileri, bağlama öğretim esasına göre düzenlenerek notaları ile birlikte verilmiştir.

Bu bölümde bağlama eğitimine katkı sağlayacağı düşünülen dört eserin müziksel analizi yapılmıştır. Bu eserler; Sende Haklısın albümünde yer alan Nihavent makamı dizisindeki "Unutulmaz" adlı eser, Yarabbim albümünde yer alan "Felekle Sohbet" adlı Muhayyer Kürdü makamı dizisindeki eser ve Nihavent makamı dizisindeki "Gönül" adlı eser, Yargısız İnfaz albümünde yer alan Karcıgar makamı dizisindeki "Söylenmedik Söz Kalmadı" adlı eserlerdir. Yapılan analizlerde; ele alınan eserlerin bağlama eğitimine uygunluğu ve kazandırdığı beceriler belirlenmeye çalışılmıştır. Bunlardan "Gönül" adlı eserin giriş bölümü notaya alınarak müziğinin de dinlenmesi ile bağlama eğitiminde kullanılabilirliğinin yanında sağlayacağı yararlar tespit edilmiştir. Buna göre; eserin giriş bölümü, bağlama öğretiminde nihavent makamı dizisi içerisinde belirli bir çalma disiplini gerektirip, bu disiplin içerisinde çalınması durumunda ileri düzey icra yeteneğini kazandırmaktadır. Eserin kendi hızı olan, dörtlük notaya yaklaşık 116- 120'lik metronom değerinde çalınması ile özellikle otuz ikilik notaların icrasında, notalar üzerinde belirlenen parmak numaralarının kullanılması durumunda çalan kişiye belli bir acelitenin yanında seri ve akıcı bir icra özelliğini kazandırmaktadır. Eserde 1. tel hâkimiyeti görülmektedir.

<sup>8</sup>Yazar Meral Özbek, kitabında yer alan bu bölümü, Orhan Gencebay ile yaptığı "Orhan Gencebay arabeskinin müzik yapısı" hakkındaki söyleşiden aldığı dip notalar olarak belirtmiştir.

# GÖNÜL

Orhan GENÇEBAY

Eserlerde kullanılan işaretler ve anlamları:

① :Tel Numaraları

ı :Parmak Numaraları

■ :Üstten Tezene Vuruşu

▼ :Altan Tezene Vuruşu

Araştırmada yer alan, “Söylenmedik söz kalmadı” adlı eserin arazası ve sadece bağlama ile çalınan bölümü alınarak bağlama icrasına uyarlanmıştır. Karcıgar makam dizisindeki bu eser, karcıgar makamının karar sesi olan Dügâh perdesi yerine Orhan Gençebay’ın ustaca kullandığı, bağlamadaki rast perdesinden icra edilmiştir. Eserde karcıgar makam dizisinin arızalarının yanında zaman zaman la bemol perdesi de kullanılmaktadır. Eserin rast perdesine göçürülmesi sonucunda dizisinin dördüncü derecesi üzerinde yer alan hicaz aralığının icrasında, bağlamanın birinci ve ikinci tellerinin teknik olarak iyi bir geçki pozisyonu biçiminde kullanılması, icrada ileri düzey performans gerektirmektedir. Ancak bu, Orhan Gençebay’ın çaldığı şekilde ve notalar üzerinde belirtilen tel ve parmak numaraları kullanılarak

çalındığında diğer pozisyonlara oranla daha kolay, mantıklı ve yararlı olmaktadır. Bu eserde de otuz ikilik nota değerlerinin iki tel üzerinde seri biçimde sıkça kullanılması, eserin ileri düzey icra tekniği kazandıran özelliğini ortaya çıkarmaktadır. Tüm bunların yanında eserin makam dizisi olan karcıgar makamının bağlamada birinci tel açık la perdesi yerine ikinci tel sol perdesinden çalınması her ne kadar öğrenme aşamasında eseri zorlaştırırsa da, eserin belli tekrarlar yapılarak pratikleşmesi ve oturması sonucunda çalgı tekniği açısından önemli gelişmeleri ve katkıları sağlamaktadır. Eserde en önemli bölüm ise; karcıgar dizisinin dördüncü derecesi üzerinde yer alan hicaz dörtlüsünün birinci ve ikinci tel kullanılarak çalındığı pozisyonudur.

## SÖYLENMEDİK SÖZ KALMADI

♩ = 132

Orhan Gencebay

The musical score for "Söylenmedik Söz Kalmadı" by Orhan Gencebay is presented in six staves. The key signature is one flat (B-flat major) and the time signature is 2/4. The tempo is marked as 132. The score includes various musical notations such as eighth and sixteenth notes, rests, and fingerings. There are also some 'V' markings above the notes. The piece ends with a double bar line and repeat signs.

Araştırmada yer alan nihavent makam dizisindeki "Unutulmaz" adlı üçüncü eserin bağlama ile çalınan giriş sazı alınarak bağlama öğretimine uyarlanmıştır. Bu eser de yine acelite içeren bir icra özelliğine sahiptir. Eserde soru cevap şeklinde yer alan yaylı çalgılar ve bağlama bölümleri esere renk katmanın yanında

bu bölümlerin her ikisinin de bağlama ile çalınması durumunda icracıya ileri düzey acelite becerisi kazandırmaktadır. Eserin en önemli özelliği; akıcı bir icranın yanında parmak pratiğini geliştirme ve tel geçişlerinde seri hareket etme becerisini kazandırmasıdır.

## Unutulmaz

Orhan Gencebay

♩ = 120-126

Araştırmada, bağlama öğretimine uyarlanan “Felekle sohbet” adlı dördüncü eserin bağlama ile çalınan giriş sazı alınmıştır. Kürdi makamı dizisinin bağlamanın ikinci teli üzerindeki sol karardan çalınması esere taranspoze bir özellik kazandırmıştır. Bu özellik aynı zamanda çalma tekniği açısından bazı yenilikleri ve etütsel pozisyonları doğurmuş, bu da icrasal zenginlik kazandırmıştır.

Eser, glisandoların yanında parmak çarpmalarını gerektiren, bir vuruşta iki ses elde etme becerisini de kazandırmaktadır. Acelitel bir performansla çalmayı gerektiren eser, birinci ve ikinci teller arasında pozisyon geçişlerini kazandırma açısından önemli bir etütsel nitelik taşımaktadır.





aşinalığı kazanılması deşifreyi kolaylaştıracak ve öğrenmeyi hızlandıracaktır.

Eserlerin kazandırdığı müziksel davranışlar şu şekilde sıralanabilir:

1. Nihavent makam dizisini bağlamanın üç teli kullanılarak akıcı biçimde çalabilme,
2. Karcıgar makam dizisini bağlamanın ikinci teli üzerindeki sol karar perdesinden çalma, dizinin dördüncü derecesi üzerindeki hicaz aralığının birinci ve ikinci tel geçişleri kullanılarak çalabilme,
3. Kürdi ve Muhayyer kürdi dizilerinin ikinci tel sol karar perdesi üzerinden çalabilme,
4. Eserlerde bağlamanın her üç telinde doğru ve akıcı çalma becerisinin yanında ileri düzey acelite gerektiren icra becerisi kazanma ve yüksek hızlar içeren eserlerde iki el koordinasyon becerisini geliştirme.

Bağlama öğretimi için yeni materyaller, Orhan Gencebay'ın diğer eserlerinde bulunan bağlama partilerinin yanında bağlama haricindeki çalgılar için yazılmış partilerin bağlamaya adapte edilmesi ile de sağlanabilir. Bunların tamamı bağlama öğretimi için yeni çalışmalar olma özelliğine sahiptir. Orhan Gencebay eserlerinin farklı çalgıları çalan araştırmacıların yapacağı yeni araştırmalarla diğer Türk müziği çalgıları için eğitim öğretim materyali haline dönüştürmeleri önerilir.

## KAYNAKÇA

- EROL, A. (2002). "Popüler Müziği Anlamak", Bağlam Yayıncılık, İstanbul, s. 130.
- GEDİKLİ, Necati. Bilimselliğin Merceğinde Geleneksel Musiklerimiz ve Sorunları, Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir, 1999. S. 76.
- KARAHASANOĞLU, S. (2003). "Türk Popüler Müziği İçinde Kullanılan Türk Müziği Çalgıları", Popüler Müzik Yazıları, Popüler Müzik Araştırmaları Derneği Dergisi. Gülermat Matbaa ve Yayıncılık, İzmir, s. 127-129
- ÖZBEK, M. (2009). "Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski", İletişim Yayıncılık, İstanbul, s.174-178.
- STOKES, M. (2009). "Türkiye'de Arabesk Olayı", İletişim Yayıncılık, İstanbul, s. 180.

# ORDU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ARAŞTIRMALARI DERGİSİ (OÜSBAD) /ISSN: 1309 - 9302

Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından yayınlanan Sosyal Bilimler Araştırmalar Dergisi yayın hayatına 2010'da yılda iki sayı olarak başlamıştır. Dergi 2014 itibariyle Ocak, Mayıs ve Eylül olmak üzere yılda üç sayı olarak yayınlanacaktır. Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi uluslararası hakemli ve çevrimiçi akademik bir dergidir.

Dergi; iktisat, işletme, maliye, sosyal politika, çalışma ilişkileri, siyaset bilimi, kamu yönetimi, uluslararası ilişkiler, hukuk, davranış bilimleri, tarih, sanat tarihi, arkeoloji, Türk dili ve edebiyatı, eğitim bilimleri, tarih, coğrafya, iletişim bilimleri, sosyoloji, felsefe, antropoloji, sanat ve tasarım, yabancı diller ve edebiyatları, dil bilim alanlarında üretilen Türkçe ve İngilizce çalışmaları ve araştırmaları yayınlamak üzere bu alandaki birikime katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

Dergiye; araştırma makaleleri, sosyal bilimler alanında farklı disiplinlerde üretilen kitapların ve bilimsel etkinliklerin değerlendirilmeleri, tartışma-derleme, çeviri ve kitap tanıtımı-eleştirileri türünden metinler yazım kurallarına uygun olmak koşuluyla gönderilebilir. Değerlendirilmek üzere dergiye gönderilen çalışmalar konusuna göre alandan iki hakemin değerlendirmesine sunulur. Kitap ve bilimsel etkinlikler ile ilgili yazılar hakem değerlendirme sürecine girmez. Gönderilen makalelerde fotoğraf, grafik, tablo ve harita gibi görsel malzeme yer verilmişse, bunların ayrı bir dosya olarak başvuru CD'sine veya e-postaya eklenmesi gerekmektedir.

## **Yazıların Değerlendirilme Süreci**

Dergiye gönderilen yazılar Yayın Kurulu tarafından biçim ve içerik açısından ön değerlendirmeden geçirilir. Kurulun onayladığı yazılar alanıyla ilgili iki hakemin değerlendirilmesine sunulur. Hakem değerlendirmesinin sonucunda iki hakemden olumlu rapor alan yazılar yayımlanır. Hakem raporlarından biri olumlu diğeri olumsuz ise, yazı üçüncü bir hakeme gönderilir. Hakemlere yazar adı gönderilmez ve hakemlerin isimleri gizli tutulur.

Hakem değerlendirmesi sonucu, varsa istenilen değişiklik ve düzeltmeler ile birlikte yazarlara bildirilir. Düzeltme ve değişiklik istenmesi durumunda yazarlar, yazı ile ilgili kararın kendilerine bildirilmesinden itibaren en geç 15 gün içerisinde yazıyı yaptıkları düzeltmelere ilişkin raporlarıyla birlikte düzeltilmiş olarak, düzenledikleri telif-devir sözleşmesi ile dergi iletişim adresine gönderirler. Yazarlar hakemlerin eleştiri ve düzeltmelerinde katılmadıkları hususlar varsagereçleriyle birlikte itiraz etme hakkına sahiptirler. Düzeltmeler için yazara verilen sürenin aşılması durumunda makale, bir sonraki sayı için değerlendirmeye alınır. Yayınlanması kabul edilmeyen makaleler yazarlara iade edilmez.

## **Dergi Politikası**

Dergiye gönderilen yazıların başka hiçbir yerde yayınlanmaması ya da yayın için değerlendirme aşamasında bulunmaması gerekmektedir. Yayınlanan yazıların her türlü sorumluluğu yazar(lar)ına aittir. Yayın için kabul edilen yazıların yayın hakkı, yayınlanan yazıların da her türlü telif hakkı dergiye aittir. Dergide yayınlanan yazılardan kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz. Dergide yayımlanmak üzere kabul edilen yazılar, "Yayın Hakkı Devri Sözleşmesi"nin yazarlar tarafından imzalanması ile dergide yayınlanmaya hak kazanır.

## **Yazı Teslim Kuralları**

Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları dergisine gönderilen yazılar, referans sistemi, dipnot gösterme biçimi ve kaynakça düzenlenmesinde American Psychological Association (APA) stilinde hazırlanmalıdır.

**Başlık:** içerik ile uyumlu olmalı, yazıların ve özetlerin üzerinde, sadece yazının başlığı bulunmalı, yazar adı yer almamalıdır. Ayrı bir kapak sayfasında yazarlar, isimlerini, tam ve açık kurum adreslerini, telefon ve faks numaralarını ve elektronik posta adreslerini bildirmelidirler. Bu bilgiler, hakemlere gönderilmeyecektir.

**Öz:** gönderilen makalelerde 100 kelimeyi geçmeyen Türkçe ve İngilizce Öz (Abstract), en fazla beş **anahtar kelime** (hem İngilizce hem Türkçeleri) olmalıdır. Bir toplantıda tebliğ edilmiş ancak yayımlanmamış olan bildirilerde toplantının adı, tarihi ve yeri belirtilmelidir.

**Ana metin:** 10 punto ile 1.5 satır aralığında yazılıp, 6.000-9.000 sözcük arasında olmalı ve Times New Roman veya benzeri bir yazı karakteri kullanılmalıdır. Sayfa kenarlarında 3'er cm boşluk bırakılmalı ve sayfalar numaralandırılmalıdır. Metin içinde vurgulanması gereken kısımlar koyu değil eğik harflerle yazılmalıdır. Alıntılar tırnak içerisinde verilmeli, beş satırdan az alıntılar satır arasında, beş satırdan uzun alıntılar ise satırın sağından ve solundan 1.5 santim içeride blok halinde ve 1 satır aralığıyla 1 punto küçük yazılmalıdır.

Bölüm başlıkları; yazı, giriş bölümüyle ikinci sayfadan başlamalı ve uygun bölümlere ayrılmalıdır.

Başlık düzeyi	Formatı
1. düzey	Sola Yaslı, Kalın, Sözcükler Büyük Harfle Başlar Küçük Harfle Sürer - 12 Punto
2. düzey	Sola Yaslı, Kalın, Sözcükler Büyük Harfle Başlar Küçük Harfle Sürer - 10 Punto
3. düzey	Sola Yaslı, kalın, italik, Sözcükler Büyük Harfle Başlar Küçük Harfle Sürer - 10 Punto
4. düzey	Sola Yaslı, kalın, Sözcükler Büyük Harfle Başlar Küçük Harfle Sürer - 9 Punto

Bölüm başlıkları; yazı, giriş bölümüyle ikinci sayfadan başlamalı ve uygun bölümlere ayrılmalıdır.

**Notasyon ve kısaltmalar:** ilgili bilim alanının standart notasyon ve kısaltmaları olmalı veya metin içinde ilk geçtiği yerde tanımlanmalıdır. Gerekli durumlarda, notasyon ve kısaltmalar Giriş bölümünde veya bu bölümü izleyen ayrı bir bölüm içinde verilebilir.

**Şekiller ve Tablolar:** tüm çizimler, haritalar, grafikler, fotoğraflar vb. şekil olarak değerlendirilmelidir. Şekiller, ardışık olarak numaralandırılmalıdır. Bunlara metin içinde "Şekil 1." şeklinde atıfta bulunulmalıdır. Her bir şekil için uygun bir başlık kullanılmalı ve başlık şeklin altına numarasıyla birlikte yazılmalıdır. Tablolar ardışık olarak numaralandırılmalıdır. Tablolara metin içinde numaralarıyla "Tablo 1." şeklinde atıfta bulunulmalıdır. Her bir tablo için uygun bir başlık kullanılmalı ve bu başlık tablonun üzerine numarasıyla birlikte yazılmalıdır.

## **Metin içinde başka eserlere yapılan atıflar:**

- Yazar soyadı, yıl ve sayfa kullanılarak “(Yazar, 1999, s.113)” şeklinde yapılmalıdır.
- İki yazarlı eserlerde iki yazarın soyadı “(Yazar ve Yazar, 2000, s.120)” şeklinde kullanılmalıdır.
- Daha çok yazarlı eserler, yalnızca ilk yazarın soyadı verilerek “Yazar vd.” şeklinde ve yine benzer biçimde yıl ve sayfa numarası yazılarak kullanılmalıdır.
- Atıfta bulunulan eserler Kaynakça bölümünde ilk yazarın soyadına göre alfabetik liste olarak sıralanmalıdır.
- İlk yazarı aynı olan eserlerde sıralamayı belirlemek için sırasıyla ikinci ve daha sonra gelen yazarların soyadları kullanılmalıdır.
- Tüm yazarları aynı olan eserler yılına göre eskiden yeniye doğru sıralanmalıdır.
- Tüm yazarları ve yılları aynı olan eserler ise yılın sonuna eklenen küçük harfler kullanılarak “1999a” ve “1999b” şeklinde birbirlerinden ayrılmalıdır.
- İlk yazarı ve yılı aynı olan üç ve daha fazla yazarlı eserler de aynı şekilde ayrılmalıdır.
- Metnin tümü, ara başlıklar dahil, son notlar (endnote) hariç, iki satır aralıkla yazılır.
- Metinde paragraflar sola yaslı olarak başlatılır.
- Metin içinde kitap, dergi ve film, TV programı adları italik yazılır. Örneğin, Siyaset Meydanı programında (...). Ayrıca yeni veya teknik bir terim metin içinde ilk geçtiği anda italik yazılabilir, sonrasında italik yazılmaz. Örneğin, 1990’lardan sonra alımlama çalışmaları Türkiye’de de artış göstermiştir. İngilizcede yaygın olan ifadeler ve kısaltmaları italik yazmayınız. Örneğin, a priori, vis-a-vis, per se vb. . . Metinde bir ifadeyi daha çok vurgulamak amacıyla italik yapmayınız.
- Sayıların kullanımı: Cümlelere başlarken sayısal ifadeler sözcük olarak verilir. Örneğin: Elli iki tezdən yirmisi (...) metin analizi üzerineydi, kalan 10 tanesi üretim süreçlerinin ekonomi politigi ile ilgiliydi.
- Bir ifadeyi aniden kesintiye uğratacak bir bilgi veriliyorsa, çift çizgi kullanılır. Örneğin: Bu iki katılımcı – biri ilk gruptan diğeri ikinci gruptan seçilmişlerdi- ayrı ayrı test edildiler.
- Metinde dipnotlar, ilgili olduğu sayfada numaralandırılarak verilir; metin sonuna konulmaz.
- Metinde sadece tek ek var ise Ek olarak italik başlıklandırılabilir ve metinde böyle yer alabilir. Birden çok ek var ise Ek A, Ek B biçiminde harflendirilerek sıralanabilir. Metin sonunda yer alan bu eklere başlıkları verilmelidir. Ana metinde etiketleri ile belirtilmelidir. Örneğin: Türkiye’de yapılmış haber konusundaki doktora tezlerinin ve master tezlerinin konu dağılımına bakıldığında (Ek A ve Ek B), 1990’lardan itibaren bunların çoğunun temsil, ideoloji ve söylem meselelerine odaklandı

## **Kaynakça**

- Kaynakçada tüm yazarların soyadları ve diğer adlarının ilk harfleri yer almalıdır. Kaynaklar aşağıdaki örneklere uygun olarak yazılmalıdır.
- Kaynakçada aynı yazarın çok sayıda kaynağı varsa, kaynaklar eskiden yeni tarihe doğru sıralanarak yazılır. Aynı tarihli kaynaklarda harf ile sıralama yapılır. Örneğin: 2000a, 2000b.
- Dergilerin varsa DOI numaraları yazılır. Örneğin: Anderson, A. K. (2005). Affective Influences on the Attentional Dynamics Supporting Awareness. *Journal of Experimental Psychology: General*, 154, 258–281. doi:10.1037/0096-

3445.134.2.258 Yoksa url numaraları yazılır. Örneğin Fe:Feminist eleştiri dergisi url’si. <http://cins.ankara.edu.tr/cansun.html>

- Klasik eserlerin (Marx, Freud gibi) özgün tarihleri biliniyorsa kaynağın sonunda şu şekilde verilir: (Özgün eser 1846 tarihidir)
- Aynı soyadlı yazarlardan, yayını daha eski tarihli olsa bile adının ilk harfi alfabetik olarak önce gelen kaynakçada önce belirtilir. Örneğin: Köker, E. (1998). *Politikanın İletişimi İletişimin Politikası*, Ankara: Vadi. Köker, L. (2007). *Hukuk Reformları Sürecinde Türkiye’nin İnsan Hakları Sorunu*. İnsan Hakları Haberciliği, (der.) Seva Alankuş, İstanbul: IPS Vakfı.
- Kitap ve raporların kaynakçada gösteriminde önce yayımlandığı yer ve sonra kitabevi, yayınevi adı, ‘kitabevi’, ‘yayınevi’, ‘yay.’ vb. ekler belirtilmeksizin verilir. Örneğin: Ankara: İmge  
London, UK:Routledge  
İstanbul: Konrad Adenauer Vakfı.

## **Tek yazarlı kitap**

Balı, S. (2012). *Egzotik Opsiyonlar-İşleyiş ve Fiyatlama- MATLAB® Kodları ile*. İstanbul: Çatı Kitapları.  
Philip Kolker, R. (1999). *Yalnızlık Sineması- Penn, Kubrick, Coppola, Scorsese, Spielberg, Altman*. Ertan Yılmaz (Çev.). Ankara: Öteki.

## **Çok yazarlı kitap**

Güneri Fırlar, B. ve Yeygel Çakır, S. (2004). *Sanal Ortamda Bütünleşik Pazarlama İletişimi*. İzmir: Ege Üniversitesi Basım Evi.  
Atabek, N. ve Dağtaş, E. (1998). *Kamuyu ve İletişim*. Eskişehir: Anadolu Üni. Yay.  
Editörlü kitap  
Uğur Tanrıöver, H. (Ed.) (2008). *Sen Benim Kim Olduğumu Biliyor Musun? Toplumsal Yaşamda Kimlik İzdüşümleri*. Hil Yayın: İstanbul.

## **Editörlü kitapta bölüm**

Uluç, G., Yılmaz, M. ve Işıkdag Ü. (2009). Blogs and Forums in a Presidential Election Process in Turkey. Fiordo, R. ve Dumova, T. (Ed.). *Handbook of Research on Social Interaction Technologies and Collaboration Software: Concepts and Trends içinde* (ss. 372-382). Hershey-New York: IGI Global Publications.

## **Sadece elektronik basılı kitap**

O’Keefe, E. (n.d.). *Egoism & thecnsts in Western values*. erişim <http://www.onlineoriginals.com/showitem.asplitem I 135>

## **Kitabın elektronik versiyonu**

Freud, S. (1953). *The method of interpreting dreams: An analysis of a specimen dream*. J. Strachey (Ed. & Trans.), *The standart edition of the complete psychological works of Sigmund Freud* (Vol. 4, pp. 96-121). <http://books.google.com/books> (Özgün eser 1900 tarihidir)  
Shotton, M. A (1989). *Computer addiction? A study of computer dependency [DX Reader version]*. Retrieved from <http://www.ebookstore.tandf.co.uk/html/index.asp>  
Schiraldi, G. R. (2001). *The post-traumatic stress disorders sourcebook: A guide to healing, recovery, and growth [Adobe Digital Editions version]*. doi: 1 0.1036/0071393722

### **Elektronik adresten yararlanılan kaynak**

kaynağın erişilebileceği URL verilir.

<http://www.bianet.org/bianet/toplum/119375-avatar-in-sozde-solculugu-uzerine>.

### **Elektronik makaleler**

varsa digitajobjectidentifer (DOI) numarası belirtilmelidir. VonLedeber, S. C. (2007). Optimizing knowledge transfer bynewemployees in companies. Knowledge Management Research & Practice. Advance online publication. doi: 1 0.1 057/palgrave.kmpr.8500141.

### **Elektronik gazete makaleleri**

Çetin, Ö. (2010, 21 Ocak). Televizyon alışkanlıklarımız IPTV ile değişecek. [www.hurriyet.com.tr](http://www.hurriyet.com.tr).

### **Kitaptan çevrilmiş bölüm**

Kaynakça:

Weber, M. (1958). The Protestan EthicandTheSpirit of Capitalism. T. Parsons (Çev.). New York: Charles Scribner"s Son. (İlk baskı. 1904-1905).

Metin İçindeyse: (Weber, 1904-1905/1958)

### **Rapor ve teknik makaleler**

Gencil Bek, M. (1998). Mediscape Turkey 2000 (Report No. 2). Ankara: BAYAUM.

### **Dergiden tek yazarlı makale**

Öksüz, O. (2007). Kamuoyu Oluşum Sürecinde Basın-Siyaset Etkileşiminin Etik Açından Değerlendirilmesi: "Kıbrıs Müzakerelerinin Hürriyet Gazetesi'nde Sunumu". Selçuk İletişim Dergisi, 5(1), 66-81.

### **Dergiden çok yazarlı makale**

Yılmaz, M., Işıkdag Ü., (2011). Reflections on the 2008 U.S. Presidential Election in the Turkish Blogosphere. International Journal of Interactive Communication Systems and Technologies, 1 (2), 68-71.

### **Elektronik dergiden makale**

Conway, P. (2003). Truthandreconciliation: Theroad not taken in Nambia. Online Journal of PeaceandConflictResolution, 5 (1). (varsa doi numarası, yoksa URL verilir. URL örneği: [http://www.trinstitute.org/ojpcr/5\\_1conway.htm](http://www.trinstitute.org/ojpcr/5_1conway.htm))  
Kaynağa ait sayfanın adresi (URL) ya da varsa sadece doi numarası yeterlidir.

### **Yazarı belli olmayan editör yazısı**

Editorial: "What is a disaster" and why does this question matter? [Editorial•]. (2006). Journal of Contingencies and Crisis Management, 14, 1-2.

### **Yazarı belli olmayan gazete ve dergi yazıları için**

The United States and the Americas: One History in Two Halves. (2003, 13 Aralık). Economist, 36.  
Strongafterchockscontinue in California. (2003, 26 Aralık). New York Times [Ulusal Baskı]. s.23.  
Metin İçindeyse: (United States and the Americas, 2003) (Strong after shock, 2003)  
Yazarı belli olan gazete ve dergi yazıları için  
Bruni, F. (2003, 26 Aralık). Pope pleads forend to terrorism and war. New York Times, s.21.

### **Tanıtım yazıları**

Orr, H. A. (2003, 14 Ağustos). What's not in yourgenes. [Review of the book Nature vianurture: Genes, experience, and what makes us human]. New York Review of Books, 50, 38-40.

### **Basılmamış tezler, posterler, bildiriler**

YÖK Tez Merkezi'nden indirilmiş ise URL adresi de künye bilgileri sonuna verilir.

Sarı, E. (2008). Kültür Kimlik ve Politika: Mardin'de Kültürlerarasılık. (Yayımlanmamış doktora tezi). Ankara Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

### **Ansiklopediler**

Balkans: History. (1987). Encyclopaedia Britannica içinde (15. Baskı. Cilt. 14, s. 570-588). Chicago: EncyclopaediaBritannica. Metin İçindeyse: (Balkans: History, 1987).

### **Sözlükler**

Gerrymander. (2003). Merriam-Webster'scollegiatedictionary (11. Baskı). Springfield, MA: Merriam-Webster"s. Metin İçindeyse: (Gerrymander, 2003).

### **Görüşme**

Arroyo, Gloria Macapagal. (2003). A time for Prayer. Michael Schuman ile söyleşi. Time. 28 Temmuz 2003. Erişim Tarihi 13 Ocak 2004, <http://www.times.com/time/nation/article/0,8599,471205,00.html>

### **Ansiklopediler**

Balkans: History. (1987). Encyclopaedia Britannica içinde (15. Baskı. Cilt. 14, s. 570-588). Chicago: EncyclopaediaBritannica. Metin İçindeyse: (Balkans: History, 1987).

### **Sözlükler**

Gerrymander. (2003). Merriam-Webster'scollegiatedictionary (11. Baskı). Springfield, MA: Merriam-Webster"s. Metin İçindeyse: (Gerrymander, 2003).

### **Görüşme**

Arroyo, Gloria Macapagal. (2003). A time for Prayer. Michael Schuman ile söyleşi. Time. 28 Temmuz 2003. Erişim Tarihi 13 Ocak 2004, <http://www.times.com/time/nation/article/0,8599,471205,00.html>

### **Televizyon programı**

Kaynakça

Long, T. (Yazar), ve Moore, S. D. (Yönetmen). (2002). Bart vs. Lisa vs. 3. Sınıf [Televizyon Dizisi]. B. Oakley ve J. Weinstein (Yapımcı), Simpsonlar içinde. Bölüm: 1403 F55079. Fox. Metin İçindeyse: (Simpsonlar, 2002)

### **Film**

Huston, J. (Yönetmen/Senaryo Yazarı). (1941). Malta Şahini [Film]. U.S.: Warner. Metin İçindeyse: (Malta Şahini, 1941)

### **Fotoğraf**

Adams, Ansel. (1927). Monolith, the face of Half Dome, Yosemite National Park [Fotoğraf]. Art Institute, Chicago. Metin İçindeyse: (Adams, 1927)

### **Yazıların Gönderilmesi**

Belirtilen ilkelere uygun olarak hazırlanmış yazılar, internet üzerindenderginin web sayfasındaki makale gönderme sistemi kullanılarak elektronik ortama yüklenmelidir.

**Not:** Metin içinde ve kaynakçada APA'nın kullanımıyla ilgili olarak Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (<http://sbd.anadolu.edu.tr/yazimkurallari.html>) den yararlanılmıştır.



ORDU ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Cumhuriyet Yerleşkesi, Cumhuriyet Mah. P.K: 52200 Eğitim Fak.  
Kat:1 Sosyal Bilimler Enstitüsü Merkez/ORDU/TÜRKİYE  
Tel : 452 234 50 10 / 1016 - Müdüriyet Özel Kalem 1776  
Faks : (0452) 226 52 31  
Mail : sbe@odu.edu.tr  
Web: sbe.odu.edu.tr