

UŞAK ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

UUSBD

USAK UNIVERSITY

JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Cilt/Volume 10

Sayı/Number 1

Mart/March 2017

Sahibi

Uşak Üniversitesi Adına

Prof. Dr. Sayın DALKIRAN

Rektör Vekili

Editör

Prof. Dr. Sedat BAYRAKAL

Editör Yardımcısı

Yrd. Doç. Dr. Elif GÜRSOY

Yayın Kurulu

Prof. Dr. Sedat BAYRAKAL, Uşak Üniversitesi

Prof. Dr. Bozkurt ERSOY, Ege Üniversitesi

Prof. Dr. İnci Kuyulu ERSOY, Ege Üniversitesi

Prof. Dr. Kasım İNCE, Pamukkale Üniversitesi

Prof. Dr. Selma YEL, Gazi Üniversitesi

Doç. Dr. Barış METİN, Uşak Üniversitesi

Doç. Dr. Birol ERKAN, Uşak Üniversitesi

Doç. Dr. Mustafa BEYAZIT, Pamukkale Üniversitesi

Doç. Dr. A. Şevki DUYMAZ, Süleyman Demirel Üniversitesi

Doç. Dr. Melih ÖZÇELİK, Celal Bayar Üniversitesi

Doç. Dr. Erdem HEPAKTAN, Celal Bayar Üniversitesi

Doç. Dr. Taner Akçacı, Kilis 7 Aralık Üniversitesi

Doç. Dr. İbrahim Halik EKŞİ, Gaziantep Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Elif GÜRSOY, Uşak Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. M. Salih ERKEK, Uşak Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Oğuz KARA, Düzce Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Selim SANLISOY, Dokuz Eylül Üniversitesi

Düzenleme ve Koordinasyon

Arş. Gör. Semra AKINCI

Bu dergi, ulusal hakemli bir dergidir ve yılda dört kez yayımlanmaktadır. Yazıların bütün sorumlulukları yazar(lar)ına aittir.

Adres

Uşak Üniversitesi, 1 Eylül Kampüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü,UŞAK

sosyaldergi@usak.edu.tr

Publisher

On Behalf of Usak University

Prof. Dr. Sayın DALKIRAN

Deputy to Rector

Editor

Prof. Dr. Sedat BAYRAKAL

Assistant Editor

Assist. Prof. Dr. Elif GURSOY

Publication Board

Prof. Dr. Sedat BAYRAKAL, Usak University

Prof. Dr. Bozkurt ERSOY, Ege University

Prof. Dr. İnci Kuyulu ERSOY, Ege University

Prof. Dr. Kasım İNCE, Dokuz Eylul University

Prof. Dr. Selma YEL, Gazi University

Assoc. Prof. Barış METİN, Usak University

Assoc. Prof. Birol ERKAN, Usak University

Assoc. Prof. Mustafa BEYAZIT, Pamukkale University

Assoc. Prof. A. Şevki DUYMAZ, Suleyman Demirel University

Assoc. Prof. Melih ÖZÇELİK, Celal Bayar University

Assoc. Prof. Erdem HEPAKTAN, Celal Bayar University

Assoc. Prof. Taner Akçacı, Kilis 7 December University

Assoc. Prof. İbrahim Halik EKŞİ, Gaziantep University

Assist. Prof. Elif GURSOY, Usak University

Assist. Prof. M. Salih ERKEK, Usak University

Assist. Prof. Oğuz KARA, Duzce University

Assist. Prof. Selim SANLISOY, Dokuz Eylul University

Arrangements and Coordination

Res. Asst. Semra AKINCI

This journal is refereed and published four times in a year. Writers are solely responsible for the content of their articles.

Address

Usak University, 1 Eylül Kampüsü, USAK

sosyaldergi@usak.edu.tr

İçindekiler/ Contents

Fahriye ÇAKIR	Kırmızı Pazartesi”nin Büyülü Gerçekçilik Temelli Psikanalitik Eleştirisi	
Rıfat GÜNDAY	Psychoanalytic Criticism Of “A Chronicle Of A Death Foretold” Based On Maical Realism	1-18
Ahmet GÜRBÜZ	TV Dizi/Programlarındaki Ürün/Marka Yerleştirme Uygulamasına Gençlerin Bakış Açısı: Karabük Şehir Merkezinde Uygulama	
Damra EROL	Point of View the Youth of the Application of Product Placement Technique in Tv Series/Programs: Application of Karabuk City Center.....	19-53
Gonca HARMAN	Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Sosyo-Bilimsel Bir Konu Olan Organ Bağışına Yönelik Metaforik Algıları	
Aytekin ÇÖKELEZ	Science Teacher Candidates’ Metaphoric Perception on Organ Donation Which is A Socio-Scientific Issue	55-70
Şahin ÇETİNKAYA	2016 Yılı Yüksek Öğrenim Öğrenci Burs Artışlarının Öğrenci Harcamaları Üzerine Etkileri: Uşak Üniversitesi Örneği	
	The Effects Of Increase In Higher Education Scholarship On Student Expenses In 2016: An Example Of Uşak University ...	71-89
Mehmet Said ASLAN	Eğitim Örgütlerinde Yönetişim Ölçeğinin Geliştirilmesi	
Mehmet Emin USTA	Devising Governance Scale in Educational Organizations ...	91-121
Sedat ŞEN		
Mustafa Kemal KÖRDEVE	Kadın Çalışanların Önündeki Engel: Cam Tavan Sendromu	
	The Obstacles in Front of Women Employees: Glass Ceiling Obctacles.....	123-142
Semra Palaz YILDIRIM	Tokat Çamlıbel Mescidi	143-156
	Tokat Çamlıbel Masjid	

**“Kırmızı Pazartesi”nin Büyülü Gerçekçilik Temelli
Psikanalitik Eleştirisi**

Psychoanalytic Criticism Of “A Chronicle Of A Death Foretold”

Based On Magical Realism

Extended Abstract

Fahriye ÇAKIR¹

Rıfat GÜNDAY²

In this study, the relationship between the literature and psychoanalysis will be viewed through the Colombian writer Gabriel Garcia Marquez’s Nobel Prize-winning work “A Chronicle of A Death Foretold”. Answers of the questions, such as to what extent unconscious mind interferes to conscious life and what its role is in individual’s conscious world, will be searched. In magical realism, having the aim of the opening the doors of subconscious, real with unreal and ordinary with extraordinary are together without creating any confusion. In dream, Sigmund Freud describes as the most important gateway to psychoanalysis, the boundaries between ordinary and extraordinary disappear; intertwined consciousness and subconscious present a fantastic reality together. Magical realism is a reflection of imaginative function in Literature and it is fed from the sciences related to human beings and society such as social anthropology, philosophy, psychology. Thanks to these theoretical foundations magic realistic works can have an imaginative, religious, mythical fiction enriched with images that will provide the readers’ subconscious to stimulate. The work, subject of this study, will be discussed under the titles of mass psychology, racial subconscious, instinct, loss of object, dreams and images and in the framework of Magical Realistic Movement; a psychoanalytic assessment of the work will be made in terms of the writer, reader, content and form.

¹ Okt, Mersin Üniversitesi Yabancı Diller Yüksekokulu, fahriyecakir@yahoo.fr

² Prof. Dr. Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, rgunday@omu.edu.tr

Bu makale iThenticate programı ile taranmıştır.

Makale Gönderim Tarihi: 20/12/2016- Kabul Tarihi: 22/02/2017

Art and science are complementary. In the art mind is under the management of soul; in the science soul accepts the sovereignty of mind but in both of them soul and mind are together inescapably. The art comments the world with the desire of seeing more of the world itself; the science aims to resolve the problems in it to make the world livable. Therefore, both of them are dependent on the partnership of mind and soul. This partnership is most intensely felt in the psychoanalysis and the literature among the branches of art and science. Psychoanalysis –science of soul- is an important method which opens the doors of subconscious for us in addition to being a science related to treatment of mental and psychological disorders. Literature is an art branch in which spiritual dilemmas are found out by means of the mind and have a saving effect from these difficulties. Literature- trying to interpret human nature arises at the limits of the unconscious. Literature is an art form that offers important information to psychoanalysis; psychoanalysis is a scientific discipline that provides theoretical bases for literature. We can say that this mutual relationship is most intensely felt in magical realism which gives importance to dream and unconscious. Magical realism is a literary movement that is cultivated by the cultural, religious variety, mythic atmosphere and racial unconscious of the Latin American lands. In spite of being confused with surrealism and fantasy literature, magical realism is more different than them –than surrealism with its realistic side and than fantasy literature because of placing the unreal facts naturally into the realism.

In the works of Magical Realism Movement images are used intensely in order to stimulate unconscious; a semi-mythical and semi-religious construction is created. The form and content of the magical realistic work is presented in an imaginary form. The dream, having a large place in psychoanalytic studies, is a sleep period in which unconscious is activated; the mind perceives pent-up emotions and thoughts through visual and auditory images. From this point of view, it can be understood that why magical realism gives importance to the imaginary form and dream. Magical realism, in which the reader's unconscious is stimulated through intense images, blends the consciousness and unconsciousness like in dream; presents the opportunity of a large movement- given to unconsciousness by the dream-through images and symbols. The magical realistic work creates a distance between author and reader similar to the distance, which is both very near and very far away, between the consciousness and unconsciousness. The author must transmit his work to his readers without his own comment, he also can not interfere with the reader's thoughts about

the work and perception of the message in it by the reader. This situation of the author resembles to the desperation of consciousness during the dream; it is aware of the events, even the events in the future, but can not hinder or change the direction of the events. In short, it can be said that unconscious, magical realism and a dream are similar edges that make up an equilateral triangle.

“A Chronicle of A Death Foretold” which, has almost all characteristics of magical realism and starts with the dream, offers important clues about both individual and racial consciousness and unconsciousness. The fact that the two basic instincts, (the love and destroying instinct) which direct the individual, dominate the entire of the work shows us another important clue that literature and psychoanalysis can meet in many common points. This work, in which mass psychology and individual psychology are partly in the forefront, is a story of a murder that everyone knows is going to be committed but does nothing to prevent it, even the murderers desire it to be hindered. Marquez tells a murder in his work that was committed many years ago and shows the irresistible power of destiny. We can say that the author wrote this unique work in order to pay his debt to the destiny that runs the day hero of the work is killed, to the unconscious having desire to rebel to the silent mass and to the upper benevolence questioning the possibility of being innocent of the victim. Gabriel Garcia Marquez presents us that psychoanalysis and literature can meet in a common point. The work exhibits almost all the qualities required by the magical realism movement and makes feel us the value that it has given to the scientific views of names such as Freud, Jung. It contains a lot of data for psychoanalytic evaluation; In this respect, the evaluation is not limited to only the author, the reader or an area containing only the content or form; it can get a wide range of coverage consisting of all.

Key Words: Magical Realism, Psychoanalysis, Subconscious, Literature

“Kırmızı Pazartesi”nin Büyülü Gerçekçilik Temelli

Psikanalitik Eleştirisi

Öz

Bu çalışmada Kolombiyalı yazar Gabriel García Márquez’in nobel ödüllü eseri *Kırmızı Pazartesi* aracılığıyla edebiyat ve psikanaliz ilişkisi irdelenecektir. Bilinçdışının bilinçli sürdürdüğümüz yaşama ne derece müdahale ettiği ve bireyin bilinç dünyasında nasıl bir rol oynadığı

sorularına yanıtlar aranacaktır. Bilinçdışının kapılarını aralama amacındaki büyüü gerçekçilikte gerçek ve gerçekdışı, sıradanla sıra dışı hiçbir şaşkınlık yaratmadan bir arada yer alır. Sigmund Freud'un psikanalize açılan en önemli kapı olarak tanımladığı düşte ise; olağan ve olağandışı arasındaki sınırlar kalkar; bilinç ve bilinçdışı iç içe geçip fantastik bir gerçeklik sunar. Büyüü gerçekçilik düşsel işlevin edebiyattaki yansımasıdır ve sosyal antropoloji, felsefe, psikoloji gibi insana ve topluma dair bilimlerden beslenmektedir. Bu kuramsal temeller sayesinde büyüü gerçekçi eserler okurun bilinçdışının uyarılmasını sağlayacak imgelerle zenginleştirilmiş, düşsü, dinsel ve mitsel bir kurguya sahip olabilmektedir. Çalışmaya konu olan eser kitle psikolojisi, ırksal bilinçdışı, içgüdüler, nesne yitimi, düşler ve imgeler başlıkları altında, büyüü gerçekçi akım çerçevesinde ele alınacak; yazar, okur, içerik ve biçim açısından psikanalitik değerlendirmesi yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Büyüü Gerçekçilik, Psikanaliz, Bilinçdışı, Edebiyat

Giriş

Sanat bir toplumun ruhsal yansımasıdır, daha doğru ifadeyle sanat, toplum psikolojisinin birey psikolojisiyle harmanlandığı bir alandır. Sanatın psikolojik boyutu onu kültürel faktörlere açık hale getirmektedir ve kültürden kültüre değişiklik göstermesine neden olmaktadır; fakat düşünce temelli bilim için topluma görelilik söz konusu değildir, evrensel, objektif gerçekler hareket noktasını oluşturmaktadır. Sanatın anlam çerçevesi öznel; nitekim inceleme nesnesi de özeldir. Sanatın öznelliğine karşın bilim ise varlık sebebini nesnellığe dayandırmaktadır. Özetle sanat, toplumun zihinsel işleyişini, insani gereksinimler doğrultusunda dünyayı anlamlandırma ve biçimlendirme çabalarını yansıtmaktadır.

İnsan, beynin ve kalbin ortak hüküm sürdüğü sosyal bir organizmadır. Dünyayı gözlemlediğimizde ise; akıl ve duygunun şekillendirdiği ortak bir yaşam alanı olduğunu fark ederiz. Akıl bilimle; duygunun sanatla ilişkilendirilmesi eğilimine karşın çağdaş kuramcılar, insanın, akıl ve duygunun birleşiminden oluştuğunu sıkça dile getirmektedirler. (Dikmen, 2012: 138) Bilim ve sanat insan için yine insan tarafından üretilmektedir. Her ikisinin üretiminde de farklı ölçülerde olmakla birlikte duygu ve akıl yer almaktadır. Bu iki disiplinin varlık sebebi, ortak öznelere olan insanın gereksinim, haz beklentisi ve merak duygusunu doyurma amacıyla nesneye yönelmeleridir. Ayrım noktaları ise; bilimin inceleme ve sanatın yorumlama olarak ele aldığı nesnelere doğasında

aranmalıdır. Gerçekleştirilip ortaya çıkarılmış bir nesne söz konusuysa, bu süreci şekillendiren kurallar ve teknik düzenleme sanat olarak adlandırılabilir. Nesnenin sadece belli açılardan incelenmesi söz konusuysa; inceleme nesnesine dair gözlemlerin toplanıp düzenlenme süreci bilim olarak ifade edilebilir. Genel amaçlar noktasında da sanat ve bilimin ayrıldığı gözlemlenmektedir. Sanat doğayı yorumlamak isterken; bilim doğaya hükmetmek arzusunda (Diderot&D'Alembert, 2005: 255).

Sanatta zihin, ruhun yönetimine girer, bilimde ise; ruh zihnin hükümranlığını kabullenir; fakat her ikisinde de zihin ve ruh birlikteliği kaçınılmazdır. Sanat dünyayı, dünyanın kendisinden daha fazlasını görebilmek arzusuyla yorumlar; bilim dünyayı yaşanabilir kılmak için yine kendi içinde çözümlenmek hedefindedir. Bu nedenle her ikisi de zihin ve ruhun ortaklığına muhtaçtır. Psikanaliz ve edebiyat, bilim ve sanat dalları arasından bu birlikteliği en çok hissettirenlerdendir. Ruh bilimi olan psikanaliz, zihinsel ve ruhsal hastalıkların sağaltımına ilişkin bir bilim dalı olmasının yanı sıra bizlere bilinçdışının kapılarını açan önemli bir yöntemdir. Edebiyat, ruhsal açmazların zihin vasıtasıyla gün ışığına çıkarıldığı ve bu zorlanımlardan kurtarıcı etkiye sahip olan bir sanat dalıdır. İnsan doğasını yorumlamaya çalışan edebiyat bilinçdışının sınırlarında doğar, bu yönüyle psikanalize önemli veriler sunmaktadır.

1. Büyülü Gerçekçilik ve Bilinçdışı

Psikanalizin kurucusu Avusturyalı ünlü nörolog ve psikanalist Sigmund Freud'a göre yaratıcılık bilinçdışından sızan uyarımlar bütünüdür. Eserini yaratıcılığı ölçüsünde başarıya taşıyan sanatçı ise; nevrozlu bir kişilik yapısında, bilinçdışı arzular ve dürtüleri yoğunudur. Sanatçı gerçeklik dünyasında varlık bulamayacak arzu doyumunu eserine taşır ve oradaki kurgusal dünyada bilinçdışının taleplerini gerçekleştirerek haz duygusunu tadar (Alper, 2008: 17). Sanat eseri, yaratıcı etkinlik ürünüdür; nevroza yakın yaratıcısının bilinçdışı arzularıyla beslenen hayali gerçekliğinin temsilidir.

Bilinçdışı, bilinci çevreleyen görünmez bir duvardır. Bilincin altında ya da ötesinde yer almaz, tam ortasında olup bilinçle somutluk kazanır. Bilinç var olduğu sürece bilinçdışının varlığından söz edilebilir. Bilincin kıyılarına tutunarak bireyin günlük yaşam içerisindeki bütün söz ve davranışlarına; duygu ve düşüncelerine hatta gece/gündüz düşlerine yön verir. Sanat eseri, bilinç ve bilinçdışı arasındaki bu mücadeleyi bilinçdışı kazandığı anlarda ortaya çıkmaktadır. İhtiyacı olan imgelem gücünü bilinçdışından alan sanatçı imgelerle düşünür ve bu durum onun bilinçdışına boyun eğen öznel üretimler yapmasını sağlar. Bu üretim

esnasında bilinç, bilinçdışının yoğun müdahalesiyle bulanıklaşır ve bu sayede sanatçı bilinçdışını daha iyi duyumsamaya başlar. İmgesel düşünme sanatçmayı bilinçdışına yaklaştırır (Freud, 2013: 43). Sanat eserinin gerçek yaratıcısı kabul edebileceğimiz bilinçdışı, imgelere bürünen egemenliğini birçok sanat dalında olduğu gibi edebiyatta da hissettirmektedir. İmgelerin metafiziksel bir yapı kazandırdığı büyülü gerçekçilik anlayışı ile edebiyat yapıtlarında sıkça karşılaşılmaktadır. Söz konusu yapıtlarda bilinçdışının bu hâkimiyeti yoğun bir şekilde gözlemlenmektedir.

Büyülü gerçekçilik gerçek ve fantastik olanın yan yana gelip ortak kurgu oluşturduğu düşsel bir gerçekliğin sergilendiği edebiyat anlayışını temsil etmektedir. Büyülü gerçekçilik akımı gelişimini, özellikle Latin Amerikan Edebiyatına borçludur. Bu durum tesadüfi olmayıp, nitekim bu kültürel coğrafya, düşlem ve gerçekliğin, olağan ve olağandışının birlikteliğini destekleyen bir atmosfere sahiptir. Günter Grass, Gabriel Garcia Marquez, Jorge Luis Borge, Alejo Carpentier gibi isimler söz konusu akımın özelliklerini yansıtan önemli eserler vermişlerdir (Yivli, 2013: 1542).

Okurun bilinçdışını harekete geçirecek yoğunlukta imgelerin kullanıldığı büyülü gerçekçilik, bilinç ve bilinçdışını tıpkı düşte olduğu gibi harmanlar ve yine bilinçdışına düşün sunduğu geniş hareket imkânını imgeler ve semboller aracılığıyla benzer oranlarda sunar. Büyülü gerçekçi eser, bilinç ve bilinçdışı arasındaki hem çok yakın hem de çok uzak olan mesafeyi benzer şekilde okur ve yazar arasında oluşturur. Yazar eserine yorum katmadan okuruna iletmek zorundadır. Onun esere ilişkin izlenimine ve eserdeki iletiyi algılayışına müdahale edemez. Yazarın bu durumu bilincin düş esnasında yaşadığı çaresizliğe benzemektedir; olanı dahası olacak olanı görür fakat engelleyemez ya da olayın yönünü değiştiremez. Kısacası, bilinçdışı, büyülü gerçekçilik ve düş eşkenar bir üçgeni oluşturan benzer kenarlardır denilebilir.

2. Kırmızı Pazartesi ve Psikanalitik İnceleme

Her edebiyat eseri görünür/yüzey metnin yanı sıra eserin bilinçdışını oluşturan bir veya daha fazla sayıda alt metin içermektedir. Birey açısından değerlendirildiğinde doyurulmamış arzuların varlığını örtük bir şekilde sürdürdüğü yer olan bilinçdışı, edebiyat metni açısından ise; yazarın sustuğu noktalardır, susarak söylemeye çalıştıklarıdır. Eserin bilinçdışı yazarın yüzeydeki suskunluğudur. Edebiyat eserinin psikanalitik açıdan incelenmesi eserin bilinçdışına ulaşmak adına gerçekleştirilen bir eylemdir ve eserin üretiliş şekline, yazarının psikolojik, sosyolojik biyografisine dair ipuçları elde etmeye imkân tanır. Yazar, okur, içerik ve

biçim odaklı olmak üzere dört farklı psikanalitik inceleme söz konusudur. Fakat sadece yazarı ya da içeriği önceleyen incelemeler dar kapsamlı kalabilir (Eagleton, 2004: 190, 218). Bu nedenle her bir unsurun belli oranlarda göz önünde bulundurulduğu bir inceleme yapmak daha sağlıklı sonuçlara ulaşılmasını mümkün kılabilir.

Psikanaliz ve edebiyat ilişkisinin, Gabriel Garcia Marquez'in Nobel ödüllü eseri "*Kırmızı Pazartesi*" aracılığıyla irdeleneceği bu çalışmada, bireysel psikolojinin yanı sıra kitle psikolojisine de değinilecektir. Ayrıca düşle başlayan ve büyülü gerçekçiliğin hemen hemen tüm özelliklerini taşıyan bu eser, hem bireysel hem de ırksal bilinç ve bilinçdışına dair önemli ipuçları sunmaktadır. Bireyi yönlendiren iki temel içgüdünün (sevi ve yok etme içgüdü) eserin tamamına hâkim olması edebiyat ve psikanalizin birçok yönden ortak paydada buluşabileceğinin bir diğer önemli ipucunu bizlere vermektedir. Yer yer kitle psikolojisi ve bireysel psikolojinin ön plana çıktığı bu eser, herkesin işleneceğini bildiği ama engellemek için hiçbir şey yapmadığı, oysa failerin dahi engellenmesini dilediği bir cinayetin öyküsüdür. Büyülü gerçekçiliğin usta kalemi eserdeki gizemin, okurların bilincine sirayet edip duygularında belirsizliğe dönüşmesini sağlar. Büyülü gerçekçiliğin kurallarına sadık kalan yazar, okurda şaşkınlık ve kararsızlık yaratır, rüyayı gerçeğe birleştirerek başlattığı eserini, son bir yorumu gerekli kılarak bitirir.

Kırmızı Pazartesi psikanalitik öğeler açısından oldukça zengin bir içeriğe sahiptir ve geniş kapsamlı inceleme yapmaya imkân tanıyacak özelliktedir. Bu nedenle eser hem karakterler ve içerik hem de yazar ve okur boyutuyla psikanalitik incelemeye tabi tutulacaktır. Fakat bu boyutlar için yapılarından dolayı bir arada değerlendirilecektir. İncelemede ırksal bilinçdışı ve kitle psikolojisi arasındaki organik bağ, içgüdü, nesne yitimi, imgeler ve bilinçdışı ilişkisi, vb. konulara eserden alınan örnekler çerçevesinde değinilecektir.

2.1. Kitle Psikolojisi ve İrksal Bilinçdışı

Bilinçdışı, bireyin kendisi ve hayata dair gerçek düşüncelerinin ve gerçekleşmemiş beklentilerinin, kontrol edilmesi gereken dürtülerinin gizlendiği gizemli bir yerdir. Bilinçdışı bireysel olduğu kadar toplumsal, ırksal özellikler de taşımaktadır. Birey, bir toplumun içinde kendi ırkının kodlarıyla var olmaktadır. Bu kodlar sadece biyolojik değil aynı zamanda psikolojik niteliktedir. Bireyin hayatının hemen her alanına etki eden

bireysel bilinçdışını kuşatan ırksal bir bilinçdışından söz etmek mümkündür.

Bireydeki bilinçli benlik algısı ırksal/kökensel bilinçdışı temelinde şekillenmektedir. Bireysel bilinç ve bilinçdışı farklılığı; ırksal/kökensel bilinç ve bilinçdışı ise; aynılığı ve/veya benzerliği yansıtmaktadır. Bireysel ruh farklıdır, fakat herkeste aynı olan ırksal bilinçdışının etkisi altındadır (Jung, 1982:50-51). İrksal bilinçdışı, bir ırkın psikolojik tarihidir. Aynı ırka ait bireyler aynı tarihi paylaşırlar ve tarihten hemen hemen aynı psikolojik izler toplarlar. Bu izler aynı ırktan gelenlerin psikolojik gen haritalarını benzer kılar ve böylece bireysel bilinçdışına nüfuz eden ırksal bir bilinçdışı vücut bulur. İrksal bilinçdışı hem birey hem de kitle psikolojisi üzerinde yadsınamayacak bir etkiye sahiptir. Birey psikolojisi açısından etkilerini, bireyin bilinçli benliğinden kopması, bireysel bilinçdışından ziyade ırksal bilinçdışının isteklerini doyurma gayesini gütmesi şeklinde kendini gösterir. Bireyin aklını terk edip olağan olmayan şekilde davranmasına sebep olan ırksal bilinçdışının izlerine *Kırmızı Pazartesi* adlı eserde rastlamak mümkün. Eserin ana temasını oluşturan namus cinayeti olgusu, Arap ırkının cinselliğe dair tutumunu, onu yasaklayıp bilinçdışında baskılayan eğiliminin bireydeki yansımalarını sembolize etmektedir. Pablo ve Pedro kardeşler ırksal bilinçdışının etkisiyle bilinçli benliklerinden sıyrılıp Santiagoyu öldürürler.

İrksal bilinçdışının kitle psikolojisini yönlendiren gizil bir gücü elinde bulundurduğu söylenebilir. Kitle psikolojisi, bir topluluğun ruhsal yaklaşması, fikri boyutta benzerleşmesi sonucunda ortaya çıkan kitleyi yönlendiren psikolojik durumları ifade etmektedir. Kitleyi oluşturan bireyler farklılıklarını yitirirler ve çoğunlukla daha önce hiç üzerinde fikir yürütmedikleri anlık olay ve durumların tesirine kapılırlar. Aynı ırktan gelenlerin eşit ölçüde taşıdığı ırksal bilinçdışı, kitledeki bireyleri homojenleştirir ve ortak bir bilinç doğurur. Bu bilinç, bilinçdışının boyunduruğu altındadır ve kitleye, kitlenin bütün duygu, eylem ve düşüncelerine sirayet eder. Bilinçdışıyla hareket eden kitlenin bir fikri kabullenebilmesi, onu savunabilmesi veya ona karşı çıkabilmesi için öncelikle o fikri, sonuçlarını hayalinde canlandırabilmesi ve söz konusu fikrin kitlenin bilinçdışında etki uyandırabilmesi gerekmektedir (Le Bon, 2014: 18, 20, 26, 27, 50). Bilinçdışını eyleyici konuma getiremeyen fikirler kitle tarafından tepkisizlikle karşılanır. Kitle psikolojisine örnek olay sunar nitelikteki eserde, kitle psikolojisinin özelliklerini, birdenbire Santiago'nun öldürüleceği haberinin yayılması ve bunun üzerine ortaya çıkan tablo çerçevesinde gözlemlemek mümkündür. İkizlerin Santiagoyu

öldüreceklerini ilan etmelerine rağmen hiç kimse Santiaoguyu uyaralmaz. Çünkü bu kadar güçlü bir rakip karşısında zayıf kalan ikizlerin onu öldürebileceğini hayal edemeyen kitle, bu fikri bilinçdışında sorgulamaz ve bilinçdışında en ufak bir kaygı dahi uyanmaz en nihayetinde kitle tepkisiz kalmayı tercih eder; nitekim bilinçdışı tepkisizliği yeğlemiştir.

Irksal bilinçdışının güçlü etkileri psikosomatik rahatsızlıklarda, ruhsal bozukluklarda da kendisini hissettirebilmektedir. Bazı ruhsal rahatsızlıklar kültüre özgüdür. Irkın psikolojik genlerine, psikolojik ve kültürel tarihine bağlıdır. Bu hastalıklar genellikle belli bir toplum, ırk ve belli bir kültürel coğrafya ile sınırlı kalmaktadır. Bölgesel, yöresel nitelikli bu ruhsal bozukluk grubu çeşitli hastalıkları barındırmaktadır. Bunlardan biri olan ve eserde kendisini gösteren rootwork hastalığı, Karayiplerde ve ABD'nin güneyinde yaşayan toplumlarda sık görülmektedir. Semptomlar arasında gastrointestinal şikayetler, halsizlik, kaygı, zehirlenme endişesi ve bazen de öldürülme korkusu yer almaktadır (Şenol, 2006: 312). Marquez, Kolombiya'da yaşanmış gerçek bir olaydan esinlenerek yazdığı eserinde, rootwork hastalığına yer vermiştir. Bu kültür temelli ruhsal bozukluğu ismini hiç anmadan ustaca eserine yerleştirmeyi başarmıştır. İkizlerden Pablo, Santiago'yu öldürüp cezaevine girdiklerinde şiddetli diyareden yakınmakta ve anksiyeteye yakalanmış bir halde Arapların kendisini zehirlediğini iddia etmektedir (Marquez, 2013:73).

2.2.İçgüdü

İçgüdü bilinçsiz davranış şeklidir ve bilinçdışının gereksinimlerini doyurma arzusuyla kendisini göstermektedir. İçgüdü ortaya çıkış gerekçesi göz önünde bulundurulursa sayıca oldukça çeşitlidir, fakat Freud bunların iki temel içgüdüye indirgenebileceğini ileri sürmektedir. Bunlardan birincisi sevi, diğeri ise yok etme içgüdüsüdür. Sevi içgüdüsü libidoyla eşdeğer bir terim olarak kabul edilmektedir. Sevi içgüdüsü hayatı giderek artan, büyüyen ünite üretimleriyle devam ettirmek hedefindedir. Yok etme içgüdüsü ise, tam aksine yıkıcılık eğilimindedir. Bu nedenle yok etme içgüdüsü, üniteleri yok etmek, üniteler aralarındaki bağları çözerek yaşamın devam ettirebilirliğini azaltmak amaçındadır ve ölüm içgüdüsü olarak da anılmaktadır (Freud, 2010: 79-81). Birbirinin tersi yönde hedefler belirleyen bu iki içgüdü bireyin hayatını devam ettirmesinde etkin konumdadır. Objeyi bazen var ederek, bazen geliştirerek ve bazen de yıkarak hayatını anlamlandırır.

Psikanalitik incelemeye oldukça elverişli olan eser gerek karakterleri gerekse içerik açısından irdelendiğinde her iki içgüdüye de rastlamak mümkündür. Özellikle yok etme içgüdü eserin başlığına “*Crónica de una muerte anunciada*” (Bilinen Bir Cinayetin Hikâyesi) kadar sirayet etmiş durumdadır. Okur eserin sadece başlığını görür görmez ölüm içgüdüünü, yok ediciliğin bilincine varır. Düğün gecesi, bekâret vurgusu, Santiago’nun cinsel hayatına dair göndermeler ve hizmetçisine karşı sergilediği tutum sevi içgüdüünün libidoyla özdeş yapısının eserde okuyucu tarafından duyumsanmasını sağlamaktadır. Okurun bilinç dışında libidinal uyarılara yol açmaktadır. Bir cinayet üzerine kurgulanmış eserde başkahraman pek çok açıdan sevi içgüdüünü sembolize ederken, ikizler yok etme içgüdüünü sembolize etmektedir.

Çeşitli sayıda içgüdüden bahsetmek mümkündür, fakat insanı planladığını yapmakta kararlı kılan bir içgüdü yoktur, içinde barındırdığı çelişkiler sayesinde hedefi doğrultusunda vazgeçmeden ilerleyebilir. Çelişkilerin temelleri oldukça farklıdır, bunların arasında, varoluşsal, sosyal, kültürel, psikolojik ve psiko-tarihsel durumlar vb sayılabilir. Bu noktada hem sosyokültürel, hem psikolojik temelli insancıl vicdan ve otoriter vicdan olguları karşımıza çıkar. İnsancıl vicdanın susamadığı durumlarda birey biyolojik, fizyolojik, ruhsal hastalıklara maruz kalabilir (Fromm, 2005: 54, 181-182). Bu ikisi arasındaki muhtemel uyumsuzluk ve bireyde doğurduğu çelişki bireyi içsel sorgulamadan uzaklaştırıp planladığı eylemi gerçekleştirmeye iter. İnsan doğasındaki çelişkilerin eylemler üzerindeki etkilerinin güzel bir örneğini eserden elde etmek olasıdır. Eserde ikizler hem Santiagoyu namuslarını temizlemek için öldürmek istiyorlar hem de birileri onları bundan alıkoysun diye ellerinden geleni yapıyorlar ve sonunda hedefleri olan kanlı eylemi gerçekleştirme planından vazgeçmiyorlar. İçlerindeki insancıl vicdan ve otoriter vicdanın mücadelesinin doğurduğu çelişki onlara cinayeti sonlandırma kararlılığını veriyor. Kültüre özgü otoriter vicdan namus uğruna işlenilecek cinayeti doğru bulurken insancıl vicdan bir insanı öldürmeyi reddediyor, fakat sonunda kazanan otoriter vicdan oluyor. Otoriter vicdanın karşısında güçsüz kalan insancıl vicdanın suçluluk duygusuna yenik düşüşü de eserde ikizlerden birinin cinayeti takip eden yıllar boyunca bağırsak problemi yaşamaması şeklinde kendisini gösterir. Santiago’nun bağırsaklarının parçalanıp dışarıya fırlaması, etrafa yayılan koku hepsi Pedro Vicario’nun bilinç dışında yer eder. Pedro’nun bilinç dışı insancıl vicdana borcun, bağırsak eylemi engellenerek ödenebileceği düşüncesini bilinç düzeyine gönderir ve insancıl vicdan psikolojik temelli fizyolojik bir hastalık olarak karşımıza çıkar.

2.3. Düşler

Düş, uyku esnasında bilincin zayıflaması ve bilinçdışının aktifleşmesi sonucunda oluşan görsel-işitsel imgeler bütünüdür. Düş, bilinçdışının hâkim güç olduğu ve genellikle derin uyku evresinde ortaya çıkan bir tür ruh onarma veya cezalandırma yöntemidir.

Arzu, dürtü ve kaygı gibi bilinçdışında bastırılmış duygu durumlarının yansması olabileceği gibi bilinçli gündüz yaşamının izlerini de taşıyabilir. Düşler bazen anı birikintileri ve bazen de algı ürünü olarak karşımıza çıkmaktadır, fakat düşlerin en belirleyici özelliği algıların temsilinden oluşan öğeleridir. Düşler algıları kurgusal olarak bireye sunar. Düşte, düşü görenin o andaki psikolojik ve fizyolojik durumu imgesel boyuta bürünebilmektedir. Nitekim birey uykudayken içsel ve dışsal uyaranlara açıktır dolayısıyla düş bu uyaranlardan etkilenmektedir. Bu noktada düşlerin, bilinçdışının yoğun bir şekilde görsel imgeler aracılığıyla düşündüğü süreci kapsadığını söyleyebiliriz. Bireyin düşünmekten, anımsamaktan kaçındığı, korktuğu, arzuladığı her şeyi bilinçdışı görsel-işitsel imgelerin yanı sıra günlük hayatın diğer bütün duyumsama şekillerini işe koşarak bireye düşte hatırlatır ve böylece bilincin, bilinçdışından kaçmasını engeller (Freud: 2012). Düş, bireyin kendisiyle, algı dünyasıyla, bilinçdışıyla yüzleşmesini sağlar. Bu açıdan değerlendirildiğinde düşün bireye itiraf etme ve bilince yüklenen gizli ağırlıktan kurtulma şansı sunan bir etkisi olduğu ileri sürülebilir.

Düşler kaynağını çoğunlukla doyurulmamış arzulara borçludur, fakat bununla birlikte hoşnutsuzluk yaratan durumların, çözüme kavuşturulmamış sorunların, suçluluk duygusunun tetiklediği hazın ötesine düşen düşler de söz konusudur. Memnuniyetsizlik yaratan düşler, "ceza düşleri" şeklinde de adlandırılabilir. Yasaklı bir arzunun, gerçekleşmesi durumunda cezalandırılabilceği bir isteğin bilinçdışına itilişi bu düşlerin çıkış noktasıdır. Ceza düşlerinin ana temasını oluşturan egoya dair yasaklı arzu, baskılanana karşı tepki geliştirir. Ceza düşleri, bir önceki günün izlerini taşır ama diğer düşlerde olduğu gibi rahatsızlık verecek öğelerden ziyade haz uyandıracak öğeleri barındırır. Özellikle düşün giriş kısmı haz verici niteliktedir. Düş, günün rahatsızlık veren düşüncelerinin, kaygılı bekleyişinin ürünüdür. Gündüz yaşamı temelli ve mantığa tam anlamıyla uygun bir kurgu oluşturan düşüncelerin uyku esnasında görünür kılınmasına aracılık eder. Gündüz yaşamında belirli sebeplerden ötürü dikkat edilmeyen, üzerinde durulmayan ya da uzaklaşmak istenilen

düşünceler zihinde gizil olarak işlemeye devam eder ve bu durum uyku evresi başlayana dek sürer. Bilinçli benliğin suçlanma, eleştirilme, özeleştirme yapma, suçluluk psikolojisi vb. kaygılardan kaçabilir fakat uyku esnasında bilinçdışı toplum ve öz benlikten kaçışı durdurur (Freud, 2010: 279-280, 310-311).

Biten gün ertesi güne dair kaygı, korku vb rahatsızlık verici bekleyişle tamamlanmış ve bu bekleyiş zihinsel boyutta etki uyandıramamışsa gerekli tepkiyi doğurma görevini ceza düşleri üstlenir. Ceza düşleri, ego temelli isteklerin doyurulması amacına hizmet eden girişin ardından bilinci bu yasaklı isteğin olumsuz sonuçları konusunda uyarıcı evreye geçer; düşün bu kısmı hoşnutsuzluk doğuracak öğeler barındırır ve söz artık üstbendedir. Bu noktada, çalışmaya konu olan eserden ceza düşlerini hazırlayan koşulları ve düşün işleyiş biçimini tam anlamıyla yansıtan bir örneğe yer vermek gerekliliği doğmaktadır. Eseri başlatan ve Santiago Nasar'ın masumiyetine olan inancın sarsılmasını sağlayan düşü ceza düşlerine güzel bir örnek teşkil etmektedir. Santiago öldürüleceği sabah rüyasında ulu incir ağaçlarından oluşan bir ormandan geçtiğini ve yağmur çiselemekte olduğunu görür, anlık bir mutluluk hisseder fakat uyandığında bu his yerini üstü başı kuş pislikleri içinde kaldığı hissine bırakır (Marquez, 2013: 11). Angela Vicario'nun düğününün olduğu gece görülen bu düş gündüz yaşamının rahatsızlık doğuran kaygılı bekleyişinin izlerini taşımaktadır. Düşün bir ormanda geçmesi ve bu ormanın incir ağaçlarıyla kaplı olması yasaklı isteğin yansımasıdır. Düşlerde orman vb gibi manzaralar kadın cinsel organını temsil etmekte (Freud, 2010: 97) ve İncil'de İsa'nın incir ağacını lanetlediği bir bölüm yer almaktadır³. Bu iki sembol birleştirildiğinde yasak bir cinsel ilişki yağmurun verdiği huzur bu ilişkiden duyulan hazı ve sonunda kuş pislikleri içinde kalışı ise; ceza düşününün asıl bölümünü oluşturmakta; toplum tarafından gelecek olan yargılamalar, suçlamalar ve olumsuz eleştirileri sembolize etmekte, Santiago'nun biten günü rahatsızlık yaratan kaygılı bir bekleyişle tamamladığını duyumsatmaktadır. Büyülü gerçekçilik yazardan, netlikten uzak olma, kendisini anlatının dışında tutarak gerçeğe müdahale etmemesini beklemektedir. Marquez, eseri ceza düşüyle başlatır fakat anlatı boyunca kullandığı imgelerle masum olduğuna dair okurun bilinçdışına uyarımlar gönderir böylece okur eseri bitirdiğinde acıma ve suçlama konusunda kararsız kalır. Okurun bilinçdışını harekete geçiren imgenin çağrışımı (masumiyet, suçluluk) okurun kararında belirleyici olacaktır.

³ <http://incil.info/kitap/Matta/21> Erişim Tarihi: 03.03.2016 Saat: 14:00

2.4. Nesne Yitimi

Birey/Özne yaratıcı ve yıkıcı itkinin (içgüdünün) yönlendirdiği paranoid-şizoid ve depresif konumlarda gezinmektedir. Öznenin nesne ile olan ilişkisi bu itkiler çerçevesinde gelişmektedir. Öznenin yok edici ya da onarıcı eylemi tercih edişi de yine bu doğrultuda gerçekleşmektedir.

Mélanie Klein, yaratıcı itkinin, paranoid-şizoid konumun aksine; nesnede iyi ve kötü yönlerin bir arada yer aldığı, nesnenin toplamında ve devamında bu durumun geçerli olduğunun anlaşıldığı depresif konumda ortaya çıktığını ve yitirilen nesnenin telafi edilmesi ihtiyacından doğduğunu ileri sürer. Nesnenin bu karakteristik özelliğinin kabulü, özneyi kendisindeki çelişkilerle yüzleştirir ve ruhunun iyi ve kötünün toplamından oluştuğunu anlamasını sağlar. Bu süreçten suçluluk duygusu doğar, bununla birlikte yıkıcılık düşüncesi hiçbir zaman kaybolmaz. Çünkü özne her daim bu düşüncenin saldırılarına maruz kalma ihtimalinden korkar. Suçluluk duygusuna eklenen bu korku öznedeki, nesneyi onarma isteğini uyandırır. Yaratıcı eylem, onarım işlemini tamamlamak için gerekli özel koşullardan biridir ve aynı zamanda nesne onarımı kavramı Klein'in kuramında yaratıcı işlevin temelini oluşturmaktadır. Suçluluk duygusundan kaynaklanan nesne onarımı sadist ve yıkıcı güdülere karşı koyan üstben tarafından yönetilmektedir. Yaratıcılık eylemi ve onarım eylemi yüceltmeden ziyade tepkisel oluşumlardır. Yaratıcı eylemin kökleri nesneyi onarma arzusundadır fakat bu arzunun temelinde öznenin kendini onarma amacı yatmaktadır (Chasseguet-Smirgel, 1971: 90-91).

Kırmızı Pazartesi hemen tüm karakterleri üzerinde psikanalitik değerlendirme yapılabilecek bir eserdir. Namus cinayetine sebep olan, düğün gecesi bakire olmadığı anlaşıldığında ağabeylerine suçlunun adını söyleyen fakat bunun nasıl olduğuna dair hiçbir detay vermeyen ve bu tutumuyla kuşku uyandıran Angela Vicario nesne yitimi açısından incelenebilir. Angela Vicario öznesi, toplumsal normlara uygun olmayan bir davranış sergilemiş ve evlenmeden bekâretini yitirmiştir. Angela'nın toplumsal normlara uygunluk sonucunda elde edilen saygınlığı yitirmesi onda suçluluk duygusunun doğmasına sebep olmuştur. Öznenin üstbeni suçluluk duygusundan kurtulmak amacıyla nesne onarımına başvurur bunu da herkesin hayran olacağı fiziki özelliklere sahip, kimsenin kolay kolay reddedemeyeceği, yakışıklı ve zengin birisinin, Santiago'nun, ilişki partneri olduğunu söyleyerek yapar (Marquez, 2013: 47). Toplumun buna ikna olması durumunda Angela nesne onarımını sağlamış olacaktır. Bu gaye

uğruna ömür boyu sessiz kalacaktır. Büyülü gerçekçiliğe sadık kalan yazar, Angela'nın doğruyu söyleyip söylemediğini eserde muamma olarak bırakır.

2.5. İmgelerin Bilinçdışı Çağrışımındaki Rolü

Büyülü Gerçekçilik akımı Latin Amerika topraklarında filizlenir ve Latin Amerika Edebiyatı'nın altın çağını yaşamasını sağlar. Gerçeküstücülük akımını reddetmeyen onu daha ileriye taşıyan Büyülü Gerçekçilik bilincin sınırlarını aşır bilinçdışına ulaşır ve gücünü ondan alır. Latin Amerika toplumunun *kültürel melezliği*, dinsel inanış çeşitliliği, bilinçli gündüz yaşamında dahi aktif olan toplumsal bilinçdışının bu topraklarda hüküm süren büyü, mitsel atmosfere katkısını, bu akıma uygun formda yazılmış eserlerde gözlemlemek mümkündür. Bilinçdışının kapılarını aralayan Büyülü Gerçekçilik, düş ve bilinçdışı alanında öne çıkan iki isim; Sigmund Freud ve Karl C. Jung'un bilimsel çalışmalarından beslenmiştir. İnsana ve topluma dair bilimlere başvurarak kendisine kuramsal zemin edinmiştir (Teker García, 2010: 36-57). Bu özelliği sayesinde yazarlara gerçekdışı ve gerçeği doğal bir şekilde harmanlayabilme imkânı vermektedir.

Gerçeğin büyü, mistik ve düşsel yolculuğu yazarın bilinçdışı arzularıyla başlar, okurun bilinçdışında son bulur. Yazarı, eserini kaleme almaya iten bilinçdışı arzularının metnin bilinçdışına yerleşmesi ve bu metinsel bilinçdışının okurun bilinçdışını çağrışimsal olarak uyarabilmesi imgeler aracılığıyla sağlanmaktadır. İmgelere, bilinçdışına ulaşmak üzere yoğun bir şekilde başvuru büyü gerçekçi eserlerde olay dini ve mitolojik bir kurgu içerisinde sunulmaktadır. Nitekim bu akımın isminde yer alan "büyü" sıfatı mitlere ve bilinçdışında yer edinen dini inanışlara gönderme yapmaktadır (Rincón Cano, 2006:80'den akt. Teker García, 2010: 47).

Büyülü gerçekçi eserler için gerçek bir hazine niteliğinde olan Latin Amerika topraklarında yaşanmış gerçek bir öyküyü dini imgelerle söylence havasına bürüyen Márquez, eserinde yıllar önce işlenen ve kaderin karşı konulmaz gücünü gösteren bir cinayeti anlatmaktadır. Yazar bu eşsiz eserini, başkahramanın öldürüleceği gün işleyen kader ağına, sessiz kitleye başkaldırmak arzusunundaki bilinçdışına ve bu sessizliği yadırgayan, maktulün masum olma ihtimalini sorgulayan üst benine borcunu ödemek amacıyla yazmıştır, diyebiliriz. Eserde okurun bilinçdışının uyarılması ve metinsel bilinçdışını bilinç düzeyine taşıyabilmesi için yoğun bir şekilde dini imgelere başvurulmuştur. Bu imgelerin çizdiği genel tablo, İsa'nın çarmıha

gerilişî olayıdır. Bu dinsel mit formundaki tarihi olay sayesinde yazar, metin bilinçdışını evrensel boyuta taşımaktadır.

Büyülü gerçekçi eserlerin en önemli amaçlarından biri olan bilinçdışı kapılarını açma arzusu *Kırmızı Pazartesi*'nin hemen her cümlesinin içerisine ustaca yerleştirilen imgelerde kendisini hissettirmektedir. Cinayet esnasında, öncesinde ve otopsi boyunca okurun bilinçdışı, İsa'yı ve onun çarmıhta son bulan talihsizliğini çağrıştıracak imgelerle canlı tutulmaya çalışılmıştır. Bu amaçla hiçbir şey tesadüfi tercihlere bırakılmamış, karakter isimleri, cinayetin işleniş şekli, otopsi yapılışı, madalyon imgesi ve diğerleri yazarın özel bir itina gösterdiği izlenimini uyandırmaktadır. Öncelikle karakter isimlerinden cinayeti işleyene Pedro ve Pablo Vicario; öldürülene ise Santiago Nasar adları uygun görülmüştür. Pedro (Petrus) İsa'nın 12 havarisinden birinin adıdır ve Pablo (Pavlus/Paul) ise; önceleri Hristiyanlık karşıtı hareketler sergilese de sonrasında İsa'nın öğretilerini yaymak için gezgin olur, Küçük Asya (Anadolu) havarisi ünvanını alır. En çok gezdiği ve öğretilerini yaydığı ülke Türkiye'dir⁴ ve eserde Santiago'nun Türk olduğu belirtilmektedir (Marquez, 2013: 102). Ayrıca Santiago'nun soyadı olan Nasar, Hz. İsa'nın doğum yeri Nâşira veya Naşrâne'nin nispet eki - i almış Naşrâni kelimesini çağrıştırmaktadır. Çünkü Santiago'nun babası Araptır ve kelime Arapça'nın müdahalesine maruz kalmış bir İspanyolca'nın ürünü olabilir.

Mitsel bir kurgu içerisinde sunulan cinayet sahnesine yerleştirilmiş olan imgeler yazarın bilinçdışında doyurulmayı bekleyen "Santiago masumdur bunu herkes bilsin" arzusunu okura duyumsatacak niteliktedir. Santiago ahşap bir kapının önünde bıçak darbeleriyle öldürülür. İlk darbeyi sağ elinin içine alması ve bıçağın avucunu delip geçmesi, sonrasında kapıya bıçak darbeleriyle mıhlanıp kalması ve Pedro'nun Santiago'nun ölümünü netleştirmek çabasıyla bıçağı kalbine saplamak istemesi (Marquez, 2013: 105), İsa'nın da aynı sebeple askerler tarafından göğsünün mızrakla deşildiği göz önünde bulundurulursa okurda Santiago'nun masumiyeti ve haksızlığa uğradığı hissini İsa'nın çarmıha geriliş hikâyesi çağrıştırlarak uyandırılmaya çalışıldığı kanaati pekiştirilmiş olur. İlk etapta üç kez öldürücü darbe almasına rağmen Santiago'nun vücudundan bir damla bile kan çıkmaz. Burada hem vücuttan kan çıkmaması hem de üç rakamı yine çarmıha gerilen masum İsa'yı hatırlatmaktadır. Bilindiği üzere Hristiyanlık kutsal üçlemeye (teslis) dayandırılmış bir inanç sistemidir üç rakamı bu

⁴ <http://www.ispartakulturturizm.gov.tr/TR,71232/st-paul-aziz-paulus.html> Erişim Tarihi: 17.02.2016 Saat: 15:00

açından ayrı bir öneme sahiptir. Yazar okurun bilinçdışında bırakmak istediği etkiyi daha da pekiştirmek için üç kelimesini aynı bölümde üç kez tekrarlıyor (Marquez, 2013: 104). Kanın çıktığı ilk darbe Pablo'dan gelir yani Hristiyanlık karşıtı hareketleriyle tanınan sonrasında hatasını anlayıp en candan savunucularından biri halini alan Saint Paul'ü temsil eden karakterden gelir. Cinayetten bir gece önce yemekli bir düğün organizasyonunun olması İsa'nın havarileriyle yediği son akşam yemeğini hatırlatırken otopsi esnasında Santiago'nun midyesinden 4 yaşındayken yuttuğu bakire Carmen madalyonunun çıkması, bakire Meryem'i anımsatmaktadır. Eserin son bölümünde Santiago'nun ölüm sahnesinde Wene halasının balık temizlemesi Aziz Petrus'un asıl mesleği olan balıkçılığa göndermede bulunmakta⁵, bu da yazarın, bütün dini imgeleri ustaca yerleştirip bu vahşi namus cinayetini, İsa olayıyla eşleştirmek adına büyük çaba sarf ettiğinin göstergesidir.

Yazar yıllar önce işlenmiş bu cinayetin aydınlığa kavuşmamış olmasından ve belki Santiago'nun hala birilerinin nazarında suçlu olmasından duyduğu rahatsızlığı dile getirmek arzusuna yenik düşmüştür diyebiliriz. Yazarı yazma etkinliğine sevk eden bilinçdışından bastırılmış olduğu duygularıdır ve bu nedenledir ki yazar bu duygularının eserde bir şekilde ortaya çıkmasını engelleyemez (Toyman, 2006: 6). Yazarın, İsa'nın çarmıha geriliş hikâyesini, okurun bilinçdışında canlandırma arzusu, Santiago için düzenlenen otopsi raporunda sağ avucundaki yarayı tanımlamak üzere "çarmıha gerilen İsa'nın yara izini andırıyordu" (Marquez, 2013: 69-70) benzetmesiyle gün yüzüne çıkmaktadır. Yazarın bilinçli müdahalesinin çaresiz kaldığı bu an okurun bilinçdışının berraklaşmasını sağlamak ve böylece yazarın bilinçdışı arzusunu doyuma ulaştırmaktadır.

Sonuç

Sanat ve bilimin içkin yapısının yansımaları psikanaliz ve edebiyat arasındaki ilişkide gözlemlemek mümkündür. Edebiyat, psikanaliz için önemli veriler sunan bir sanat dalıdır. Psikanaliz ise edebiyata kuramsal temeller sağlayan bilimsel bir disiplindir. Bu karşılıklı ilişkinin en yoğun hissedildiği edebi akım, bilinçdışı ve düşe verdiği önemle büyümlü gerçekçiliktir denebilir. Latin Amerika topraklarının kültürel, dinsel çeşitliği,

⁵ <http://tr.wikipedia.org/wiki/Petrus> Erişim Tarihi: 17.02.2016 Saat: 15:30

mitsel atmosferi ve irksal bilinçdışıyla yoğrulan bu edebi akım, sosyal ve beşeri bilimlerden beslenmektedir.

Büyülü gerçekçi akıma uygun şekilde yazılan eserlerde bilinçdışını harekete geçirebilmek için imgelere yoğunluk verilmekte, yarı mitsel yarı dini bir kurgu oluşturulmaktadır. Büyülü gerçekçi eserin biçim ve içeriği düşsel formda sunulmaktadır. Psikanalitik çalışmalarda geniş yer verilen düş; bilinçdışının aktifleştiği, baskılanmış duyguları, düşünceleri görsel ve işitsel imgeler aracılığıyla bilince duyumsattığı uyku evresidir. Bu açıdan değerlendirildiğinde büyüğü gerçekçiliğin düşsel forma ve düşe verdiği önemin gerekçesi anlaşılabilir.

Gabriel García Márquez, *Kırmızı Pazartesi* adlı eserinde edebiyat ve psikanalizin pek çok ortak paydada buluşabileceğini bizlere göstermektedir. Eser, büyüğü gerçekçilik akımının gerektirdiği hemen tüm özellikleri sergilemekte ve akımın Freud, Jung gibi isimlerin bilimsel görüşlerine verdiği değeri hissettirmektedir. Psikanalitik değerlendirme için çok sayıda veri içermekte, bu da değerlendirme sadece yazar, okur ya da sadece içerik veya biçimi içeren sınırlı bir alan değil, hepsini kapsayıcı geniş bir düzleme ulaşma imkânı sunmaktadır.

Kaynakça

- Alper, Y. (2008). *Psikodinamik Açından Cemal Süreya ve Şiiri- Annem Çok Küçükken Öldü*, İstanbul: Özgür Yayınları.
- Chasseguet-Smirgel, J. (1971). *Pour Une Psychanalyse De L'Art Et De La Créativité*, Paris: Petite Bibliothèque Payot.
- Diderot&D'Alembert (2005). *Ansiklopedi ya da Bilimler, Sanatlar ve Zanaatlar Açıklamalı Sözlüğü*, (çev. Hilav, Selahattin), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Dikmen, B. (2012). Değişen Dünyada Kültür, Sanat ve Bilim İlişkisi, *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, Cilt 1, Sayı 1, ss: 137-144.
- Eagleton, T. (2004). *Edebiyat Kuramı*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Freud, Sigmund (2010). *Düşlerin Yorumu I*, (çev. Kapkın, Emre), İstanbul: Payel Yayınları, 4. Basım.
- Freud, S. (2012). *Düşlerin Yorumu II*, (çev. Kapkın, Emre), İstanbul: Payel Yayınları, 5. Basım
- Freud, S. (2013). *Ben ve O*, (çev. Kasap, Oya), İstanbul: Telos Yayınevi.

- Fromm, E. (2005). *Kendini Savunan İnsan*, İzmir: İlya İzmir Yayınevi.
- Jung, C.G.(1982).*Bilinç ve Bilinçaltının İşlevi*, (çev. Büyükinal, Engin), Say Kitap Pazarlama: İstanbul.
- Le Bon, G. (2014). *Kitleler Psikolojisi*, (çev. İlhan, Hasan), Ankara: Alter Yay. Rek. Org.Tic. Ltd. Şti.
- Márquez, G. G. (2013). *Kırmızı Pazartesi-İşleneceğini Herkesin Bildiği Bir Cinayetın Öyküsü*, (çev. Kut, İnci), İstanbul: Can Sanat Yayınları Yapım, Dağıtım, Ticaret ve Sanayi Ltd.Şti, 37. Basım.
- Şenol, S. (2006). *Korkular Gelişimsel Anlamı ve Tedavisi*, İstanbul: Morpa Kültür Yayınları Ltd. Şti.
- Teker García, A. (2010). *Latin Amerika Edebiyatı'nda Büyülü Gerçekçilik*, Ankara: Ürün Yayınları.
- Yivli, O. (2013). *Hasan Ali Toptaş'ın Kayıp Hayaller Kitabı'nda Büyülü Gerçekçilik*, Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 8/8 Summer 2013, ss. 1541-1549.
- Toyman, Y. Ö. (2006). Nazlı Eray'ın Roman Dünyasında Düşü ve Büyülü Gerçekçiliğin Kurgusu İle Fantastik Unsurlar, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İnternet Kaynakçası:

<http://tr.wikipedia.org/wiki/Petrus>, Erişim Tarihi: 17.02.2016 Saat: 15:30.

<http://www.ispartakulturturizm.gov.tr/TR,71232/st-paul-aziz-paulus.html>, Erişim Tarihi: 17.02.2016 Saat: 15:00.

<http://incil.info/kitap/Matta/21>, Erişim Tarihi: 03.03.2016 Saat: 14:00.

**TV DİZİ/PROGRAMLARINDAKİ ÜRÜN/MARKA YERLEŞTİRME
UYGULAMASINA GENÇLERİN BAKIŞ AÇISI:
KARABÜK ŞEHİR MERKEZİNDE UYGULAMA**

**POINT OF VIEW THE YOUTH OF THE APPLICATION OF PRODUCT /
BRAND PLACEMENT TECHNIQUE IN TV SERIES / PROGRAMS:
APPLICATION OF KARABUK CITY CENTER**

Ahmet Gürbüz¹

Damra Erol²

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

With today's increasingly competitive environment, standard commercials are ineffective so that advertisers can attract consumers. However, advertisers are looking for different ways to advertise and try to attract viewers' attention to product placement. Because of increasing channel and number of series, channel switching (zapping) is encountered at this time most. Therefore, in this study, survey questions were asked to measure the effects of young people on product placement, purchasing tendencies and brand image in their television series. In this direction, the

¹ Prof. Dr., Karabük Üniversitesi, a.gurbuz@karabuk.edu.tr

² Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı Öğrencisi damra_erol@hotmail.com

Bu makale iThenticate programı ile taranmıştır.

Makale Gönderim Tarihi: 21/02/2017- Kabul Tarihi: 20/03/2017

main mass of the study was selected as young observers and a one-page questionnaire was administered.

As a result of the questionnaire, which series / programs the young people watch the most, which products have attracted more attention and which features of these products are important.

Methods

The examples of the research are creating young people at 15-25 years living to Karabuk, different training levels and socio-cultural classes. Given survey form to participants is consist of 20 questions and 7 parts. Four questions which comprises of first part is prepared to evaluate demographic information. In the second part, the rate of attracting young people to product placement was asked. In the third part, we were asked which channel the product placement application encountered more frequently. In the fourth part, it was asked which TV series / program the product placement application attracted more attention. In the fifth part, which of the product categories used in product placement application was asked more attention. In the sixth part, which properties of the products used in the product placement application are more important were asked. In the seventh part, the grades of participation in product placement practice were measured. Frequency analysis, graded grading method, 0-100 point scale and multivariate analysis of variance (MANOVA) were used in the analysis of collected data.

Findings

In the study, the rate of attracting attention of young people to product placement practices is 34.6 in total. This indicates that the product placement awareness is not very high among our young people. And other findings of the research revealed that the product placement application attracted the attention of young people most in the program SURVIVOR. This has revealed that such reality shows have drawn more attention than sequences. The placing of technological tools and clothing in the first place is an important result that advertisers should consider in later implementations.

Conclusion

As a result; There are differences in viewpoints of practice placement according to the age ranges of young people, education levels and TV viewing times. When young people are positively influenced by the placement of the products they meet in the television series, it is the result that their tendency to buy that product has increased and they perceive a positive brand image. It is thought that the results of the survey will be influenced by adding more series and program name to the questionnaire. It is thought that the results of the questionnaire made to young people of different economic and cultural background will cause different results.

Key Words: Product/Brand Placement,, Television Series/Programs, Young, Purchase Intent

ÖZET

Günümüzde artan rekabet ortamıyla birlikte reklamcıların tüketicilerin ilgisini çekebilmesi için standart reklam filmleri etkili olamamaktadır. Bununla beraber reklamcılar farklı reklam yolları aramakta ve izleyicinin ürün yerleştirme uygulaması ile ilgisini çekmeye çalışmaktadır. Çünkü artan kanal ve dizi sayısıyla beraber bu sefer de kanal değiştirme (zapping) ile karşılaşmaktadır. Reklamcılar da bu durumun riskini en aza indirmek için ürün yerleştirme uygulamasını kullanmaktadırlar. Dolayısıyla bu çalışmada, gençlerin televizyon dizilerinde karşılaştıkları ürün yerleştirmelere karşı ilgileri, satın alma eğilimleri ve markaya ilişkin zihinlerinde oluşturdukları imaj üzerine etkilerini ölçmeye yönelik anket soruları belirlenmiştir. Bu doğrultuda, çalışmanın ana kitlesi genç izleyiciler olarak seçilmiş ve veriler bir sayfalık anket formu düzenlenerek uygulanmıştır. Verilerin analiz edilmesinde yüzde analizi, mertebeli dereceleme yöntemi, 0-100 puan ölçeği ve çok faktörlü varyans analizi (MANOVA) kullanılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre, gençlerin televizyon dizilerinde karşılaştıkları ürün yerleştirmeye ilişkin olumlu etkilendiklerinde, o ürünü satın almaya yönelik eğilimlerinin arttığı ve olumlu bir marka imajı algıladıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ürün/marka yerleştirme, dizi/program, genç, satın alma niyeti

1.GİRİŞ

Televizyonun ve internetin gelişmesi, tüm mecralarda reklamların çoğalması ve firmaların tüketici ile iletişime geçmenin her geçen gün farklı bir yolunu denemesiyle, 'marka-tüketici medya' ilişkisi yeni bir boyut kazanmıştır (Başgöze ve Kazancı,2014:30). Değişik biçimlerde yapılabilen ürün yerleştirme uygulamasında amaç, dizi ve programlara yerleştirilen bir ürünün/markanın izleyiciler tarafından fark edilmesini, hatırlanması ve ürünün tüketiminin devamlılığını sağlamaktır (Okay, 2005: 19).

Ürün/marka yerleştirme uygulamasını fırsata çeviren reklamcıların TV dizi ve programlarında ürün yerleştirme tekniklerini büyük oranda kullanmaya başlaması ile birlikte, firmalar rakiplerinden farklılaşmak, marka imajlarını güçlendirmek ve marka farkındalığı oluşturarak satışlarını artırmak için bu tekniği daha da geliştirerek etkili bir şekilde kullanmaktadırlar (Tosun, 2010:113).

Gittikçe ağırlaşan rekabet ortamında; firmalar aynı ürünü, aynı fiyat, teknoloji, kalite ile üreten rakiplerinden farklılaşmak, müşterileri ile daha yakında ilişkiler kurabilmek için hedef pazara doğru pazarlama karmasıyla ulaşmaları gerekmektedir (Başgöze ve Kazancı,2014:30).

Yapımcılar ürün yerleştirmenin filmin gerçekliği açısından da gerekli olduğuna inanırlar. Örneğin bir karakterin üstünde hiçbir isim olmayan bir restorana, mağazaya, benzin istasyonuna girmesi gerçek dışı gözüktür ve film inandırıcılığını kaybeder (Gupta vd, 2000: 43).

Televizyon programlarıyla ulaşılabilecek yerel kitle, sinema filmleriyle ulaşılabilecek kitleden daha büyüktür. Ayrıca televizyon

programlarının izleyicileri, dizi ve programların uzun süreli olmasında dizideki hikayeye derin biçimde dahil olmakta, program ve karakterlerine yoğun bir bağlılık geliştirmektedirler (Avery ve Ferraro, 2000: 219).

Ürün yerleştirmenin birçok yararının bulunması bu uygulamanın tercih edilmesinde önemli bir nedendir. Özellikle TV dizi ve programlarında ürünün özellikleri, istenilen mesaj daha uygun maliyetle çok geniş kitlelere ulaşmaktadır (Gerçek,2013:60). Ürün yerleştirmeye konan markalar filmlerin gerçeklik hissini arttırmaktadır. Film ve televizyon programlarına eklenen markalar seyirci üzerinde anlatılan hikâyenin inanılabilirliğini arttırmakta ve eserin etkisini tamamlamaktadır. İkinci sebepten marka yerleştirme film yapımcılarına ve şirketlere gelir sağlamaktadır. Bu para nakit olarak ya da takas yoluyla olabilmektedir. Ödemelerin % 85'i takasken sadece % 15'i nakit ödeme olarak yapılmaktadır (Karrh; 1998:31).

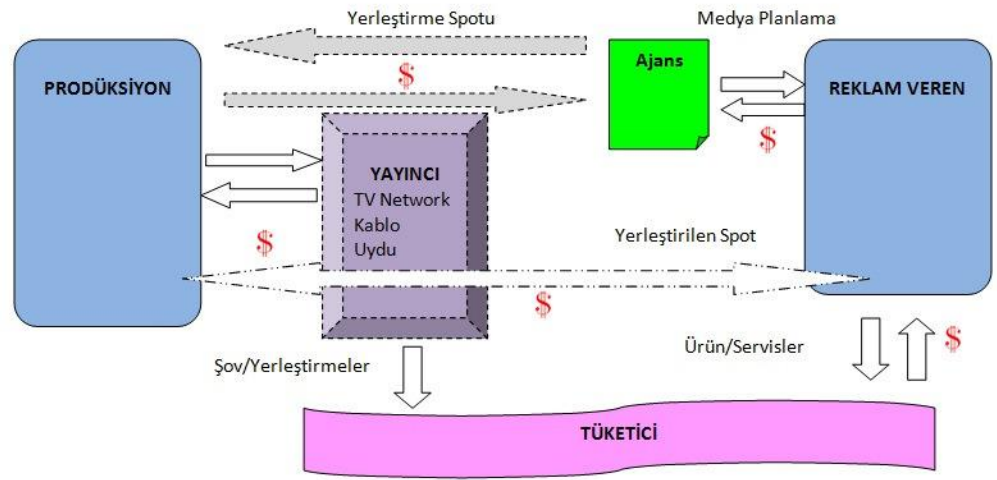
Ürün yerleştirme stratejileri hakkında tüketici inanç ve tutumlarını etkileyen etmenlerin neler olduğu, aynı sosyo ekonomik ve demografik özellikleri gösteren tüketiciler için hangi etmenlerin farklılık gösterdiğinin öğrenilmesi gerekir (Öztürk ve Okumuş,2013:3).

2. ÜRÜN YERLEŞTİRME VE TARİHÇESİ

Marka veya ürün yerleştirme kavramı Odabaşı ve Oyman (2002) tarafından "Film ya da televizyon programına planlı ve göze çarpmayacak şekilde markalı bir ürünün yerleştirilerek izleyicileri etkilemeyi amaçlayan bedeli ödenmiş bir mesajdır" şeklinde tanımlamıştır. Balasubramanian (1994) ise ürün yerleştirmeyi "Bir film/program içine markalı bir ürünün planlı ve göze batmayacak biçimde sokulması yoluyla film ya da televizyon

izleyici kitlesini etkilemeyi amaçlayan paralı ürün mesajıdır” olarak tanımlamıştır.

Şekil 1. Ürün Yerleştirme Modeli (Gutnik, Huang, Lin ve Schmidt, 2007)



McKechnie ve Zhou'ya (2003: 349) göre ise marka yerleştirmenin tarihini 1930'lara dayandırmak mümkündür. Bu tarihten önce de markalı ürünler filmlerde dekor ya da destek elemanı olarak kullanılmaktaydı. Ancak görsel bir yerleştirmenin marka farkındalığı ve satın alma isteği üzerindeki etkisinin reklamcılar tarafından anlaşılması film yapımcılarına sağladığı faydaların fark edilmesiyle birlikte bu süreç profesyonel bir kimlik kazandığından ve aynı dönemde bu etkiyi fark eden Amerikan sigara işletmelerinin film yıldızlarına ve sporculara markalarını oynamaları için para ödediklerinden bahsetmektedir.

Film/dizi içinde yer alan ürün yerleştirme çalışmalarında markanın tanınmış bir oyuncu ile bütünleşmesi o ürün ya da marka için farkındalık yaratma açısından önemli rol oynamaktadır. Bu uygulamanın etkili olmasında ünlünün tanınıp tanınmadığı, ne kadar beğenilip beğenilmediği, o ürünü kullanmak için uygun olup olmadığı gibi özelliklere dikkat edilmelidir (Öztürk, 2007:124). Örneğin;1934 tarihli komedi klasiği “Bir Gecede Oldu-It Happened One Night” filminde, Clark Cable’ın gömleğinin altında atlet giymediğini gören seyirciler bu durumdan etkilenip atlet satışında büyük düşüş yaşanmasına sebep olmuşlardır. Filmdeki bu sahnenin sonuçlarını gören yapımcılar ilk kez sinema filmlerinin bu tür bir etkisi olduğunu deneyimlemişlerdir (Tıgılı, 2004:33).

İlk ürün yerleştirme uygulaması 1896’da Avrupa’da Lumiere kardeşlerin filmlerinde (Lavanchy-Clarke Lever’in Sunlight Savon markalı sabunu) görülmekle birlikte ilk profesyonel ürün yerleştirme ise 1951 tarihli “Afrika Kraliçesi-African Queen” filminde içilen Gordon’s Gin’dir (Akkan, 2006:6).

1960’larla azalan ürün yerleştirme uygulaması 1980’lerde özellikle bir film sayesinde tekrar ortaya çıkmış, hatta zirve yapmıştır. “E.T” filmindeki uzaylı ama sevimli yaratığın Reese’s Pieces şekerlemelerini tercih etmesinin ardından, firma ürünlerinin satışlarında % 65’lik bir artış sağlamayı başarması ile bu film bugün kullanılan şekliyle ürün yerleştirme uygulamalarının miladı olarak kabul edilmiştir (Ertaş; 2003:26).

Ülkemizde ise bu uygulama televizyon dizilerinde uzun yıllardır yaygın olarak karşımıza çıkmaktadır. 1989-2002 yıllarında yayınlanan “Bizimkiler” adlı televizyon dizisinde marka yerleştirmenin sık sık kullanıldığı görülmektedir (Tıgılı ,2004: 35).

Haziran 2011’de yürürlüğe giren, diziler ve TV programlarında ürün yerleştirmenin önünü açan RTÜK kanunu, ekranlarda yeni bir dönem başlattı (Pehlivan, 2012). Dünyada kullanımı çok eski tarihlere dayanan bu uygulamanın serbest bırakılmasıyla, ilk başta yaratıcılıktan uzak, çok basit şekilde uygulanan ürün yerleştirme daha sonraları dizi ve programlarında daha etkin ve akıcı bir şekilde uygulanmıştır. (www.dünya.com.tr ,2016).

2.1. Ürün yerleştirme türleri

Russell (1998)’e göre, ürün yerleştirme uygulamaları (1) görsel ürün yerleştirme, (2) işitsel ya da sözel ürün yerleştirme, (3) görsel/işitsel ürün yerleştirme olarak sınıflandırılabilir.

2.1.1.Görsel Ürün Yerleştirme

Russell (1998, s. 357)’in “sahneye ürün yerleştirme” ; Gupta ve Lord (1998) ise “incelikli yerleştirmeler” olarak adlandırdığı bu yerleştirme türünde ürün çekim esnasında sahneye yerleştirilebileceği gibi, çekim sonrasında da dijital tekniklerle sahneye eklenebilir.

2.1.2.İşitsel/Sözel Ürün Yerleştirme

Russell (1998, s. 357)’in “senaryoya ürün yerleştirme” olarak adlandırdığı bu yerleştirme türünde içerikte geçen bir diyalogda ürün/markadan söz edilir ve basılı mecralardan (ör. romanlar), işitsel ve görsel medyaya kadar, her tür medya içeriğine kolayca bu tür yerleştirmeler yapılabilmektedir.

2.1.3.Görsel ve İşitsel Ürün Yerleştirme

Russell (1998, s. 357)'in "olay örgüsüne ürün yerleştirme" (plot placement) olarak adlandırdığı bu yerleştirme türünde ürün olay örgüsünün bir parçası, hikâyede önemli bir yer, hatta bir karakterin kişiliğini kuran temel parçadır. Bu yerleştirme türünde ürün/markadan hem bahsedilir hem gösterilir.

Diğer Ürün Yerleştirme Sınıflandırmaları

Marka yerleştirme stratejileri d'Astous ve Chartier (1999) tarafından ise örtülü (gizli) ürün yerleştirme, bütünleştirilmiş açık ürün yerleştirme ve bütünleştirilmemiş açık ürün yerleştirme olmak üzere üç başlık altında sınıflandırılmıştır. Örtülü ürün yerleştirme, biçimsel olarak ifade edilmeksizin film içerisine marka, ürün veya firmanın yerleştirilmesini; bütünleştirilmiş açık ürün yerleştirme, marka veya firma isminin biçimsel olarak film içerisinde sözlü olarak ifade edilmesi; bütünleştirilmemiş açık ürün yerleştirme stratejisi ise, marka veya firma firmanın sözel olarak ifade edilmesi olarak tanımlamıştır.

Öncelikle Gupta ve Lord (1998) sonrasında Baxter ve Kozary (2010:4) tipik olarak iki türde ürün yerleştirme yapıldığını belirtmiştir: *subtle* (çözümü zor olan), *prominent* (belirgin olan). Baxter ve Kozary, belirgin olan ürün yerleştirme uygulamasında markanın dikkatin odaklandığı merkezde olduğunu ve çözümü zor olan ürün yerleştirmede markanın görünür olduğunu ancak doğrudan dikkati çekmediğini ifade etmektedir. Gupta ve Lord (1998) ise bu iki türün hatırlama üzerinde farklı etkilere sahip olup

olmadığını araştırmış ve belirgin olan yerleştirmelerin, örtük yerleştirmelere göre daha fazla hatırlandığını bulgulamıştır.

2.2. Ürün/Marka Yerleştirmesinin Satın Alma Üzerindeki Etkisi

İzleyicinin haberi olmadan dahil olduğu, gerçek hayatla ve kendi yaşadıkları ile özdeşleştirdiği dizi ve programlara konulan ürün yerleştirme uygulamalarının satın alma davranışını etkilemesi, en düşük ihtimalle markaya yönelik benimsenme ve ilerleyen zamanlarda satın alma isteği yaratması istenir (Çakır ve Kınıt ,2014:12).

Tüketicilerin satın alma davranışında bulunmaları, ürünlerin markalarına yükledikleri anlamlar doğrultusunda değişmektedir. Bir diğer ifadeyle tüketicilerin demografik, psikolojik ve sosyolojik özellikleri doğrultusunda satın alma karar süreçleri değişmekle birlikte marka tercihleri etkilenmektedir (Başgöze ve Kazancı,2014:30).

Ürün yerleştirme izleyicilerin bilinçaltını etkileyen bir uygulama olmasıyla sebebiyle satın alma niyetlerini de etkilemektedir. Bazı ürünler dizide dikkat çekici bir şekilde yer alsalar bile ürünlerin marka isimleri program içeriğinde yer almamaktadır. İzleyiciler içerikte markayı göremeseler bile eğer ürün (elektronik eşya, giysi, mobilya vb.) yeterince dikkatlerini çekmişse dizide geçen markalara ilişkin program girişi, çıkışı ve reklam giriş çıkışlarındaki bilgiler ile ürünler arasında bağlantıyı kurabilmekte ve hatta internet üzerinde bunun için oluşturulmuş özel sitelerde (www.dizisponsorları.com vb.) ürünün markasını araştırabilmektedir (Çakır ve Kınıt , 2014:6).

3. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

3.1. Araştırmanın Konusu

Ürün yerleştirme uygulamalarının etkilerini açıklamaya yönelik araştırmalar temelde, alıcının yani hedef kitlenin özellikleri, mesajın yani ürün yerleştirme uygulamalarının özellikleri ya da yerleştirme uygulamasına aracı olan mecranın özelliklerinden yola çıkmakta, sonuç olarak bilişsel düzeyde ya da tüketicilerin tutumları açısından uygulamalara açıklık getirmektedir (Bhatnagar vd., 2004:104-114).

Geçmişte yapılan akademik çalışmalara bakıldığında ürün yerleştirmelerin etkilerini; markaya yönelik tutumlar (Gupta vd., 2000; Nebenzahl & Secunda, 1993), markanın hatırlanması (d'Astous & Chartier, 2000; Gupta & Lord, 1998; Babin & Carder, 1996b; Ong & Meri, 1994; Vollmers & Mizerski, 1994), marka bilinirliği (Babin & Carder, 1996a) ve ürün yerleştirme uygulamalarının tüketici davranışları üzerinde etkisi (Ong & Meri, 1994; Babin & Carder, 1996a, 1996b; Gupta & Lord, 1998; Gould vd., 2000; Jin & Villegas, 2007; Nelson vd., 2004) ile izleyicilerin bu uygulamalara yükledikleri anlamlar (d'Astous & Chartier, 2000) açısından incelendiği görülmektedir.

Televizyonun en çok izlenen saatlerini ifade eden prime-time programları tüm ailenin evde olduğu saatler dikkate alınarak oluşturulmaktadır ve bu zaman diliminde genel olarak eğlence içerikli yarışma programları ve televizyon dizilerinin hâkimiyeti söz konusudur (Boyras,2014:10). Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK,2012:26) tarafından yapılan çalışmalara göre; televizyon kanallarının tercih edilmesindeki en önemli unsurun, diziler olduğunun ortaya konulmasıdır. 2009 yılında yapılan araştırmada, televizyon programlarının izlenme sıklığı ile ilgili verilere bakıldığında, % 93.7 ile "haberler", % 86.2 ile "yerli diziler"

ankete katılan denekler tarafından “izlenen” program türleri içinde en yüksek oran olarak görülmektedir. Bu bağlamda ankette bu yaş grubunun gündüz evde olmayacağı varsayılarak prime time da yayınlanan dizi/programlara yer verilmeye çalışılmış gündüz kuşağı- kadın programı olarak nitelendirilen programlara yer verilmemiştir. Gençlerin daha sıkı takip ettiği varsayılan bu tip dizi ve programlar ankete dahil edilerek daha gerçekçi sonuçlar alınmak istenmiştir.

Bu çalışma kapsamında ise, TV programlarındaki ürün/marka yerleştirme uygulamasına gençlerin bakış açısını değerlendirmektedir. Gençlik dönemi UNESCO tarafından 15-25 yaş aralığında belirlenirken, Birleşmiş Milletler Örgütü (BM) 12-24 yaş aralığını öngörmüştür. Türkiye ise BM'in belirlediği 12-24 yaş arasını gençlik dönemi olarak benimsemiştir (<http://www.hugaum.hacettepe.edu.tr/>). Bu bağlamda bu çalışmada 15-25 yaş arası gençler ankete dahil edilmiştir.

3.2. Araştırmanın Amacı Ve Önemi

Bu çalışma, gençlerin ürün/marka yerleştirmeye yönelik davranışlarını araştırmak, TV programlarındaki ürün/marka yerleştirmesinden gençlerin ne oranda etkilendiğini belirlemek, hangi ürünlerin dikkat çektiğini ve bu ürün özelliklerinden hangilerinin daha önemli olduğunu ölçmeyi amaçlamaktadır.

Bu çalışmadan çıkacak olan sonuçların reklam verenler tarafından değerlendirilmesi ile tüketici tarafından ürün yerleştirme de hangi noktaların önemsendiği belirlenmekte olup sonraki ürün yerleştirme uygulamalarına çalışmalarında yardımcı olacaktır.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırma amaçları doğrultusunda hazırlanan anket formundaki sorular, ilgili literatürün ve Türkiye ve Dünya'daki geçmiş çalışmaların derinlemesine taranmasıyla belirlenmiştir. Anket formu, toplam 20 soru ve 7 bölümden oluşmakta olup, gençlerin demografik özellikleri, TV izleme saatleri, ürün yerleştirmenin dikkatlerini ne ölçüde çektiği, ürün yerleştirmenin en çok hangi televizyon kanalında ve TV dizi/programında dikkatlerini çektiği; ürün yerleştirmeye konu olan çeşitli ürün gruplarından hangisinin daha çok dikkatlerini çektiği, ürünlerin hangi özelliklerinin tüketiciye göre daha ön planda olduğu sorulmuştur. Son bölümde ise ürün yerleştirme ile ilgili çeşitli ifadelerle katılım dereceleri ölçülmüştür.

Anketler 5 Ocak -20 Ocak 2016 tarihleri arasında Karabük il merkezinde yüz yüze görüşme yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Karabük il nüfusu 2015 yılına göre 236.978'dir. Ana kütlemizi Karabük il merkezindeki genç nüfus oluşturmaktadır. Anket 360 kişiye uygulanmıştır fakat 10 tanesi geçersiz sayılmıştır. Anketin geçerliliği ve güvenilirliğini arttırabilmek amacıyla cevaplayanın hatası olan anketler bu sayıya dahil edilmemiştir. Çalışmada kullanılacak örneklemin seçimi kolayda örnekleme metodu ile yapılmıştır. Kolayda örnekleme metoduna göre %5 hata payı ve %95 güven aralığı ile örneklem sayısı bulunmuştur.

Araştırmanın amacı, içeriği ve sınırları dikkate alınarak tesadüfi olmayan (ihtimalsiz) örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme yöntemi seçilebilir. Burada hangi elemanın örnek kütleye gireceğine bilinçli olarak araştırmacı karar verir. Görüşmeci, gözüne kestirdiği ya da uygun gördüğü kişiye anketi doldurmasını teklif eder (Nakip,2013;222).

Örnek kütleye uygulanan anket formlarındaki cevaplar SPSS (Statistical Package for Social Sciences-Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paketi) programının 18.0 sürümünde analiz edilmiştir. Verilerin frekans ve yüzdesel dağılımları verilmiştir. Gruplar arası farklılık incelenirken; anlamlılık seviyesi olarak 0,05 kullanılmış olup $p < 0,05$ olması durumunda gruplar arası anlamlı farklılığın olduğu, $p > 0,05$ olması durumunda ise gruplar arası anlamlı farklılığın olmadığı belirtilmiştir.

TABLO 1. DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER

CİNSİYET	FREKA NS	%	EĞİTİM DÜZEYİ	FREKAN S	%
Kadın	175	50	Ortaöğretim	72	20,57
Erkek	175	50	Ön lisans	66	18,86
TOPLAM	350	100	Lisans	212	60,57
			TOPLAM	350	100
YAŞ ARALIĞI	FREKA NS	%	TV İZLEME SÜRESİ	FREKAN S	%
18 Yaş ve Altı	75	21, 4	0-1 Saat Arası	98	28
19-22 Yaş Arası	139	39, 7	2-4 Saat Arası	194	55,4
23 Yaş ve Üzeri	136	38, 9	5-8 Saat Arası	58	16,6
TOPLAM	350	100	TOPLAM	350	100

Araştırmaya katılan 350 kişinin tamamı demografik sorulara cevap vermiştir. Tablo 1'deki bilgilere göre araştırmaya katılan gençlerin cinsiyetlerine bakıldığında %50'sinin erkek, %50'sinin kadındır; yaş aralığına bakıldığında %21,4'ü 18 yaş ve altı, %39,7'si 19-22 yaş arası, %38,9'u 23 yaş ve üzeridir; eğitim düzeyine bakıldığında ise %20,6'sı ortaöğretim, %18,9'u önlisans, %60,6'sı lisans öğrencisidir. Gençlerin % 28'i 0-1 saat arası , %55,4'ü 2-4 saat arası, %16,6'sı 5-8 saat arası TV izlemektedir.

TABLO 2. ÜRÜN/MARKA YERLEŞTİRMESİNİN GENÇLERİN DİKKATİNİ ÇEKME ORANI

DİKKATİNİ ÇEKME DERESESİ	FREKANS	(%)
DİKKATİMİ ÇEKER	104	29,7
NE ÇEKER NE ÇEKMEZ	92	26,3
DİKKATİMİ HİÇ ÇEKMEZ	76	21,7
DİKKATİMİ ÇEKMEZ	61	17,4
DİKKATİMİ ÇOK ÇEKER	17	4,9

Katılımcılara ürün/marka yerleştirmesinin dikkatlerini ne kadar çektiği sorulduğunda %29,7'u dikkatimi çeker, %26,3'ü dikkatimi ne çeker ne çekmez, %21,7'si dikkatimi hiç çekmez, %17,4'ü dikkatimi çekmez, %4,9'u dikkatimi çok çeker cevabı alınmıştır.

TABLO 3. KATILIMCILARIN CEVAPLARINA GÖRE TV KANALLARININ SIRALANMASI

KANAL	PUAN
TV8	1921
FOX TV	1898
KANAL D	1889
SHOW TV	1872
ATV	1841
STAR TV	1635

Araştırmaya katılan gençlere en çok hangi kanalları izledikleri sorulmuş ve önem sırasına göre belirtmeleri istenmiştir. Cevaplar mertebeli dereceleme yöntemi ile puanlamaya tabi tutulmuştur. Buna göre en çok izlenen kanallar önem sırasına göre yukarıda verilmiştir. 1921 puanla ilk sırada TV8 çıkmıştır.

TABLO 4. KATILIMCILARIN CEVAPLARINA GÖRE DİZİ/PROGRAM İSİMLERİNİN SIRALANMASI

DİZİ/PROGRAM	PUAN
SURVIVOR	1813
KURTLAR VADİSİ	1738
POYRAZ KARAYEL	1655
O SES TÜRKİYE	1625
EŞKIYA DÜNYAYA HÜKÜMDAR OLMAZ	1496
PARAMPARÇA	1303
KÖRDÜĞÜM	1254
İNADINA AŞK	1221

Araştırmaya katılan gençlere ürün/marka yerleştirmesinin en çok hangi dizi/programlarda dikkatlerini çektiği sorulmuş ve sıralanması istenmiştir. Cevaplar mertebeli dereceleme yöntemi ile puanlamaya tabi tutulmuştur. Buna göre SURVIVOR adlı programda yapılan ürün yerleştirme uygulaması gençlerin dikkatini diğerlerinden daha fazla çekmiştir.

TABLO 5. KATILIMCILARIN CEVAPLARINA GÖRE YERLEŞTİRİLEN ÜRÜNLERİN SIRALANMASI

ÜRÜN ADI	PUAN
TELEFON	2172
GİYİM	2014
BİLGİSAYAR\TABLET	1927
OTOMOBİL	1758
GIDA	1455
GSM OPERATÖRÜ	1219
GÖZLÜK	988
MOBİLYA	931

Araştırmaya katılan gençlere TV programlarında ürün/marka yerleştirmesinde kullanılan birkaç ürün kategorisi verilerek önem sırasına göre belirtilmesi istenmiştir. Cevaplar mertebeli dereceleme yöntemi ile puanlamaya tabi tutulmuştur. Buna göre verilen ürünlerin en çok dikkat

çekenden en az dikkat çekene doğru yukarıda sıralanmıştır. 2172 puanla ilk sırada telefon çıkmıştır.

TABLO 6. VERİLEN ÜRÜNLERİN ÖZELLİKLERİ

ÖZELLİKLER	N	ORTALAMA	STD. SAPMA
GÜVENİLİR OLMASI	349	84,26	26,562
KALİTELİ OLMASI	349	83,89	28,826
TARZIMA UYGUN OLMASI	349	77,11	31,841
KOLAY ERİŞİLEBİLİR OLMASI	348	62,57	34,684
BİLİNİRLİK	349	59,46	34,815
YÜKSEK İMAJA SAHİP OLMASI	349	52,13	36,368
MODAYA UYGUN OLMASI	349	49,50	37,760
OYUCULARA DUYULAN HAYRANLIK	349	33,11	33,539

Katılımcılara TV programlarındaki ürün/marka yerleştirmesi uygulamasında verilen ürünlerin bazı özellikleri verilmiştir. 0-100 arasında puanlanması istenmiştir. Buna göre en etkili özellik “GÜVENİLİR OLMASI” çıkmıştır.

TABLO 7.İFADELERİN ORTALAMASI VE STANDART SAPMASI

İFADELER	N	ORT.*	S.S
1- Markalı ürünlerin gösterilmesi TV programlarını gerçekçi yapmaktadır.	350	4,59	3,778
2- TV programındaki kötü karakterin ürünü kullanması ürüne ilişkin tutumu olumsuz etkiler.	350	4,85	3,865
3- TV programlarında gösterilen markalar izleyicinin bilinçaltına etki ederek satın almasına yol açmaktadır.	350	7,21	3,806
4- TV programları marka bilincini oluşturmaktadır.	350	6,58	3,079
5- TV programlarında gördükten sonra kullanmaya başladığım markalar oldu.	350	4,87	3,648
6- TV programları markalara yönelik bilgiler kazandırır.	350	5,93	3,229
7- TV programlarındaki oyuncuların kullandıkları markaları tercih ederim.	350	3,59	3,625
8- TV programlarında gördüğüm markalardan etkilenirim.	350	4,47	3,542
9- TV programlarında ki ürün/marka uygulaması ürünlerin fiyatları üzerinde etkilidir.	350	6,59	3,053
10- TV programlarındaki ürün/marka uygulaması ürünlerin fiyatları üzerinde etkilidir.	350	7	3,340

11- TV programlarında gördüğüm ürün/markaları çevremdeki insanlara anlatırım.	350	4,47	3,819
GENEL ORTALAMA		5,53	3,053

***ifadelerin puanlamasında 0-10 puan ölçeği kullanılmıştır. 0:hiç katılmıyorum 5: kararsızım 10:tamamen katılıyorum**

Verilen ifadelerde genel ortalama 5,53 çıkmıştır. En yüksek ortalama 3. ifade olan "TV programlarında gösterilen markalar izleyicinin bilinçaltına etki ederek satın almasına yol açmaktadır." olmuştur. En düşüğü olarak da "TV programlarındaki oyuncuların kullandıkları markaları tercih ederim." ifadesi olmuştur.

TABLO 8. YAŞ DEĞİŞKENİNİN ÜRÜN/YERLEŞTİRME İLE İLGİLİ İFADELERİN KARŞILAŞTIRILMASI

İFADELER	ORTALAMA PUANLAR			F DEĞERİ	ANLAMLILIK DÜZEYİ
	18 YAŞ VE ALTI	19-22 YAŞ ARASI	23 YAŞ VE ÜZERİ		
1- Markalı ürünlerin gösterilmesi TV programlarını gerçekçi yapmaktadır.	5,11	4,86	4,04	2,487	0,085
2- TV programındaki kötü karakterin ürünü kullanması ürüne ilişkin tutumu olumsuz etkiler.	4,99	4,7	4,93	0,186	0,831
3- TV programlarında gösterilen markalar izleyicinin bilinçaltına etki ederek satın almasına yol açmaktadır.	7,05	7,04	7,46	0,508	0,602

4- TV programları marka bilincini oluşturmaktadır.	6,2	6,21	7,18	4,209	0,016
5- TV programlarında gördükten sonra kullanmaya başladığım markalar oldu.	5,93	4,35	4,82	4,696	0,01
6- TV programları markalara yönelik bilgiler kazandırır.	6,23	5,86	5,84	0,406	0,666
7- TV programlarındaki oyuncuların kullandıkları markaları tercih ederim.	4,63	3,37	3,24	4,022	0,019
8- TV programlarında gördüğüm markalardan etkilenirim.	4,88	4,22	4,51	0,868	0,421
9- TV programlardaki marka/ ürün uygulaması tüketicilerin satın alma davranışını etkilemektedir.	6,65	6,62	6,51	0,063	0,939
10- TV programlarındaki ürün/marka uygulaması ürünlerin fiyatları üzerinde etkilidir.	6,8	6,73	7,39	1,53	0,218
11- TV programlarında gördüğüm ürün/markaları çevremdeki insanlara anlatırım.	4,95	4,26	4,42	0,807	0,447
GENEL TOPLAM	5,76	5,29	5,48		
HOTELLİNG'S TRACE TESTİN F DEĞERİ =1,707, SERBESTLİK DERECESİ=22,00 ,ANLAMLILIK DEĞERİ =0,023					

Gençlerin yaşları dikkate alınarak yapılan MANOVA analizi sonucuna göre gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir (Hotelling's T Testi Anlamlılık Düzeyi = 0,023<0,05).

H1: Ürün/marka yerleştirme uygulamasının gençler üzerindeki etkisi yaşa göre farklılık gösterir.

Bu durumda:

Yaş gruplarına göre ürün/marka yerleştirme uygulamasından etkilenme düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır. Bu nedenle H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Yargılara tek tek bakıldığında ise 4. ifadenin, 5.ifadenin ve 7. ifadenin anlamlı olduğu görülmektedir.

- Genel ortalamalara bakıldığında ise 18 yaş ve altı en yüksek puana sahiptir. Bunun nedeni 18 yaş ve altı gençlerin TV programlarını daha bilinçsizce izleyerek seçici davranmamalarıdır.

Tablo 9.Yaş Değişkeninin ürün/marka yerleştirme uygulamasının gençlerin üzerindeki etkisinin Scheffe Tekniği İle İncelenmesi

TV programları marka bilincini oluşturmaktadır.	N	Ort.	Std. Sapma	F DEĞERİ	Anlamlılık düzeyi
18 YAŞ VE ALTI	75	6,20	3,321	4,209	0,016
19-22 YAŞ ARASI	139	6,21	3,191		
23 YAŞ VE ÜZERİ	136	7,18	2,735		

TV programlarındaki oyuncuların kullandıkları markaları tercih ederim.	N	Ort.	Std. Sapma	F DEĞERİ	Anlamlılık düzeyi
18 YAŞ VE ALTI	75	4,63	3,455	4,022	0,019
19-22 YAŞ ARASI	139	3,37	3,578		
23 YAŞ VE ÜZERİ	136	3,24	3,685		

TV programlarında gördükten sonra kullanmaya başladığım markalar oldu.	N	Ort.	Std. Sapma	F DEĞERİ	Anlamlılık düzeyi
18 YAŞ VE ALTI	75	5,93	3,580	4,696	0,010
19-22 YAŞ ARASI	139	4,35	3,478		
23 YAŞ VE ÜZERİ	136	4,82	3,756		

TABLO 10. EĞİTİM DÜZEYİNİN ÜRÜN/MARKA YERLEŞTİRME UYGULAMASIYLA İLGİLİ İFADELERLE KARŞILAŞTIRILMASI

İFADELER	ORTALAMA PUANLAR			F DEĞERİ	ANLAMLILIK DÜZEYİ
	ORTAÖĞRETİM	ÖNLİSANS	LİSANS		
1- Markalı ürünlerin gösterilmesi TV programlarını gerçekçi yapmaktadır.	5,07	4,23	4,55	0,897	0,409
2- TV programındaki kötü karakterin ürünü kullanması ürüne ilişkin tutumu olumsuz etkiler.	5,47	4,35	4,8	1,513	0,222
3- TV programlarında gösterilen markalar izleyicinin bilinçaltına etki ederek satın almasına yol açmaktadır.	6,92	6,71	7,46	1,228	0,294

4- TV programları marka bilincini oluşturmaktadır.	6	6,29	6,87	2,554	0,079
5- TV programlarında gördükten sonra kullanmaya başladığım markalar oldu.	6,25	4,5	4,52	6,683	0,001
6- TV programları markalara yönelik bilgiler kazandırır.	6,33	5,79	5,83	0,716	0,489
7- TV programlarındaki oyuncuların kullandıkları markaları tercih ederim.	5,22	4,02	2,9	12,33	0,000
8- TV programlarında gördüğüm markalardan etkilenirim.	5,5	5,05	3,94	6,459	0,002
9- TV programlardaki marka/ ürün uygulaması tüketicilerin satın alma davranışını etkilemektedir.	6,65	6,62	6,55	0,035	0,966
10- TV programlarındaki ürün/marka uygulaması ürünlerin fiyatları üzerinde etkilidir.	6,85	7,06	7,03	0,096	0,908
11- TV programlarında gördüğüm ürün/markaları çevremdeki insanlara anlatırım.	4,86	4,95	4,18	1,507	0,223
GENEL ORTALAMA	5,92	5,41	5,33		
HOTELLİNG'S TRACE TESTİ F DEĞERİ =2,371, SERBESTLİK DERECESİ= 22,000, ANLAMLILIK DEĞERİ=0,000					

Gençlerin eğitim düzeyleri dikkate alınarak yapılan MANOVA analizi sonucuna göre gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir (Hotelling's T Testi Anlamlılık Düzeyi = 0,000<0,05).

H2: Ürün/marka yerleştirme uygulamasının gençler üzerindeki etkisi eğitim düzeyine göre farklılık gösterir.

Bu durumda:

- Eğitim düzeyleri gruplarına göre ürün/marka yerleştirme uygulamasından etkilenme düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır. Bu nedenle H2 hipotezi kabul edilmiştir.
- Yargılara tek tek bakıldığında ise 5. ifadenin, 7. ifadenin ve 8. ifadenin anlamlı olduğu görülmektedir.
- Genel ortalamalara bakıldığında ise ortaöğretim en yüksek puana sahiptir.
- Eğitim düzeyi arttıkça bu yargıya katılım oranında düşüş olduğu tespit edilmiştir.
- Yüksek eğitilmiş gençlerin ürün/marka yerleştirme uygulamasının etkisi olduğu konusunda daha düşük bir kanaate sahip oldukları ortaya çıkmaktadır. Yüksek eğitime sahip gençler bilinçli ve seçici TV izleme gerçekleştirmektedirler. Eğitim seviyesiyle beraber izlenen program türleri farklılık göstermektedir. Bu program türleri ise ürün/marka yerleştirmesine fazla yer vermemektedir.

TABLO 11. Eğitim Değişkeninin ürün/marka yerleştirme uygulamasının gençler üzerindeki etkisinin Scheffe Tekniği İle İncelenmesi

TV programlarında gördükten sonra kullanmaya başladığım markalar oldu.	N	Ort.	Std. Sapma	F Değeri	Anlamlılık düzeyi
ORTAÖĞRETİM	72	6,25	3,430	6,683	0,001

ÖNLİSANS	66	4,50	3,600		
LİSANS	212	4,52	3,640		

TV programlarındaki oyuncuların kullandıkları markaları tercih ederim.	N	Ort.	Std. Sapma	F Değeri	Anlamlılık düzeyi
ORTAÖĞRETİM	72	5,22	3,251	12,333	0,000
ÖNLİSANS	66	4,02	3,740		
LİSANS	212	2,90	3,526		
TV programlarında gördüğüm markalardan etkilenirim.	N	Ort.	Std. Sapma	F Değeri	Anlamlılık düzeyi
ORTAÖĞRETİM	72	5,50	3,650	6,459	0,002
ÖNLİSANS	66	5,05	3,665		
LİSANS	212	3,94	3,372		

TABLO 12. TV İZLEME SÜRESİNİN ÜRÜN/MARKA YERLEŞTİRME UYGULAMASIYLA İLGİLİ İFADELERLE KARŞILAŞTIRILMASI

İFADELER	ORTALAMA PUANLAR			F DEĞERİ	ANLAMLILIK DÜZEYİ
	0-1 Saat	2-4 Saat	5-8 Saat		
	1- Markalı ürünlerin gösterilmesi TV programlarını gerçekçi yapmaktadır.	4,08	4,61		
2- TV programındaki kötü karakterin ürünü kullanması ürüne ilişkin tutumu olumsuz etkiler.	4,17	5,17	4,93	2,194	0,113
3- TV programlarında gösterilen markalar izleyicinin bilinçaltına etki ederek satın almasına yol açmaktadır.	7,34	7,15	7,16	0,08	0,923
4- TV programları marka bilincini oluşturmaktadır.	6,73	6,55	6,43	0,199	0,82
5- TV programlarında gördükten sonra kullanmaya başladığım markalar oldu.	4,57	4,69	5,98	3,303	0,038
6- TV programları markalara yönelik bilgiler kazandırır.	5,73	6,03	5,91	0,274	0,761
7- TV programlarındaki oyuncuların kullandıkları markaları tercih ederim.	3,13	3,76	3,78	1,077	0,342
8- TV programlarında gördüğüm markalardan etkilenirim.	3,99	4,59	4,88	1,409	0,246
9- TV programlardaki marka/ ürün uygulaması tüketicilerin satın alma davranışını etkilemektedir.	6,53	6,61	6,6	0,022	0,978
10- TV programlarındaki ürün/marka uygulaması	7,01	7,09	6,69	0,316	0,729

ürünlerin fiyatları üzerinde etkilidir.					
11- TV programlarında gördüğüm ürün/markaları çevremdeki insanlara anlatırım.	3,86	4,83	4,26	2,2	0,112
TOPLAM	5,19	5,55	5,63		
HOTELLİNG' TRACE TESTİ F DEĞERİ= 1,107, SERBESTLİK DERECEŚİ = 22,000,ANLAMLILIK DÜZEYİ=0,333					

Gençlerin TV izleme süreleri dikkate alınarak yapılan MANOVA analizi sonucuna göre gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir.

(Hotelling's T Testi Anlamlılık Düzeyi = 0,333>0,05).

H3: ürün/marka yerleştirme uygulamasının gençler üzerindeki etkisi TV izleme süresine göre farklılık gösterir.

Bu durumda:

TV izleme süreleri gruplarına göre ürün/marka yerleştirme uygulamasından etkilenme düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Bu nedenle H3 hipotezi reddedilmiştir.

Genel ortalamalara bakıldığında ise 5-8 saat izleme süresi en yüksek puana sahiptir.

TV izleme süresi arttıkça bu yargıya katılım oranında artış olduğu tespit edilmiştir.

SONUÇ/ÖNERİ

Geleneksel reklamların maliyetleri hızla artmaktadır ve reklamların etkinliği kanal değiştirme ve televizyon programlarını kaydedip, reklamları

ayıklayabilen dijital görüntü kayıt cihazlarındaki artışa bağlı olarak azalmaktadır. Bu durum özellikle daha genç ve zengin kitleleri hedefleyen ürün ve hizmetlerin reklamını yapan reklamcılar için geçerlidir. Çünkü söz konusu sosyo-ekonomik gruplar televizyondaki reklamlara karşı büyük bir dirence sahiptirler (Odabaşı ve Oyman 2002: 337). Bu nedenle reklamcılar için ürün yerleştirme uygulaması gün geçtikçe çok daha önemli bir konuma gelmiştir.

Profesyonellere göre en etkili ürün yerleştirmeler; ayırt edilebilir ambalaj ya da tasarıma sahip olan, film içerisinde olumlu çizgide yer alan ve diğer tutundurma faaliyetleri ile desteklenenlerdir. Ürün yerleştirmenin etkinliği ise tanıma ve hatırlama düzeyleri ile yüksek oranda ölçülebilmektedir (Karrh, 1995). Yerleştirme türünün yanı sıra, yerleştirme uygulanacak film ya da programın türü, hedef kitlesi, izleyicilere aktarmak istediği mesaj veya duygular da reklam verenlerin düşünmesi gereken önemli hususlardır.

Çalışmanın sonuçlarına göre, gençlerin televizyon dizilerinde karşılaştıkları ürün yerleştirmeye ilişkin olumlu etkilendiklerinde, o ürünü satın almaya yönelik eğilimlerinin arttığı ve olumlu bir marka imajı algıladıkları sonucuna ulaşılmıştır. Gençlerin ürün yerleştirmede en çok giyim, telefon, bilgisayar/tablet dikkatini çekmektedir. Bu sonuçlardan yararlanarak reklamcıların gençlerin yoğunlukta izlediği programlarda bu ürünleri daha da ön plana çıkarması ve gençlerin bu ürünlere erişimini kolaylaştıracak mecralar (internet siteleri vb.) oluşturması gerekmektedir.

Literatürde yer alan çalışmalar doğrultusunda ürün yerleştirmenin izleyici üzerinde etkilerinin (markaya aşinalık, dikkat, tanıma, hatırlama, tutum, satın alma niyeti ve marka imajı vb.); izleyici, mesaj ve medya aracı seçimi dâhilinde farklı düzeylerde şekillendiği görülmektedir. Buna göre

ürün yerleştirmenin başarısı üzerinde etkili olan faktörler şu şekildedir (Selen ve Okumuş,2013:25) :

- ⊙ Ürün grubu (Etik açıdan tartışmalı ürünler, sigara, alkol vb.)
- ⊙ Ürün yerleştirme türü (Görünürlük düzeyi, sıklık, sahne seçimi, senaryo ile uyumu, öncelik, oyuncu tarafından kullanımı vb.)
- ⊙ Ürün yerleştirme uygulanan medya mecrası (Film, tv, bilgisayar ve video oyunları vb.)
- ⊙ Yerleştirilen marka ile ilgili hususlar (Markaya aşinalık, popülerite vb.)
- ⊙ İzleyici özellikleri (Yaş, cinsiyet, gelir, kültür, medya tüketimi, marka bilinci, reklama yönelik tutum, ilgilenim vb.)

Bu çalışmada ürün/marka yerleştirme uygulamasına gençlerin bakış açısı araştırılmaya çalışılmıştır. Bu araştırma sonucunda, gençlerin hangi TV dizi/program daha fazla izlediği ölçülmüş, bu dizi/programlarda yer alan ürün yerleştirme uygulamasının dikkat çekme oranı ölçülmüş ve sonuç olarak % 29,7'si dikkatini çektiğini söylemiştir (Tablo 2). Bu çokta yüksek bir oran olmamakla birlikte bu anket farklı sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel çevreden gençlere yapılması ile daha farklı sonuçlar elde edilebilir. Sonuç olarak; gençlerin yaş aralıklarına, eğitim seviyelerine ve TV izleme sürelerine göre ürün yerleştirme uygulamasına bakış açıları farklılık göstermektedir.

Araştırmada, izlenme oranı yüksek olan yerli dizilerden ve programlardan sekiz tanesi verilmiştir (Tablo.4) . Daha çok dizi ve program adı eklenerek yapılan bir anket farklı sonuçlar ortaya çıkartabilir. Kanal isimlerinden ise altı tanesi yazılmış (Tablo.3) olup kanal sayısının da sınırlı tutulması anketin sonuçlarını etkileyeceği düşünülmektedir

KAYNAKÇA

Akkan, Erdem(2006), Pazarlama İletişiminde Ürün Yerleştirme Ve Üniversite Öğrencilerinin Ürün Yerleştirmeye İlişkin Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi), Eskişehir.

Avery, R. J. - Ferraro, R (2000), Verisimilitude or Advertising? Brand Appearances on Prime-Time Television, The Journal of Consumer Affairs, Vol. 34, Issue 2

Başgöze, Pınar- Kazancı, Şerife (2014),“Ürün Yerleştirme ve Reklama İlişkin Tutumların Satın Alma Eğilimi Ve Marka İmajı Üzerine Etkileri”, H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 32, Sayı1

Baxter, S.- Kozary, B. (2010), The Influence of Product Placement Prominence on Consumer Attitudes and Intentions: A Theoretical Framework, Proceedings of the Australian and New Zealand Marketing Academy Conference 2010: Doing More with Less (Canterbury, New Zealand 29 November - 1 December, 2010)

Bhatnagar, N.- Aksoy L. & Malkoc S. A. (2004). Embedding brands within media content: The impact of message, media, and consumer characteristics on placement efficiency. in The Psychology of Entertainment Media, L. J. Shrum, ed., Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 99-116.

Boyraz, Burçe(2014), Türkiye’de Marka Yerleştirme Stratejilerinin Yeni Görünümü: Yalan Dünya Örneği (Yüksek Lisans Tezi), Ankara.

Çakır, Vesile- Kınıt, Edanur (2014): “Televizyon Dizilerinde Ürün Yerleştirme Ve Sponsorluğun Sonuçları” , Global Media Journal, cilt 5, sayı 9

d’Astous, A.- Chartier, F. (1999), “How should we plug our brand? A study of factors affecting consumer evaluations and memory of product placements in movies”. In Y. Evrard,

Dunya.com(2016), “Türk dizilerinde ilk ürün marka yerleştirme”, www.dunya.com/dizilere-urun-yerlestirme-trendi-kobilere-simdilik-uzak-gorunuyor-149921h.html (Erişim Tarihi:25.01.2016)

Ertaş, A. (2003), “Ürün Yerleştirme İçin Yeni Bir Rol” MediaCat Dergisi, 11(98)

Gerçek, İnci Sena (2013), 2011-2012 Türk Televizyon Dizilerinde Ürün Yerleştirme Tekniğinin Kullanımı ve Gençlerin Türk Televizyon Dizilerdeki Ürün Yerleştirmeye Yönelik Bakış Açısı (Yüksek Lisans Tezi), Elazığ.

Gupta, P., S.K.. Balasubramanian (2000) “Viewers’ Evaluations of Product Placementin Movies: Public Policy Issues and Manageral Implications”, Journal of Current Issues and Research in Advertising, 22(2), 41-52.

Gutnik, L.- Huang, T., Lin- J. B.- Schmidt, T. (2007), “New trends in product placement. Strategic Computing and Communication Technology”, 1-22.

Gültekin, Beyza- Erol, Özge (2014); “Ergenlerin Ürün Yerleştirmeye Yönelik Tutum Ve Yerleştirilen Ürünlere Yönelik Davranışlarının Sosyalleşme

Araçları İle Açıklanması", H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:32, Sayı:1

hugaum.hacettepe.edu.tr (2016), "genç yaş aralığı kaçırır?" Erişim Tarihi:25.01.2016

Karrh, J. A. (1995, April), "Brand placements in feature films: the practitioners' view". In Proceedings of the 1995 Conference of the American Academy of Advertising (pp. 182-188). Waco, TX: Hankamer School of Business, Baylor University.

Karrh, J. A. (1998), "Brand Placement: A Review" Journal of Current Issues and Research in Advertising, Vol. 2 Number 2

McKechnie, S. A. ve Zhou, J. (2003), "Product Placement in Movies: A Comparison of Chinese and American Consumers", International Journal of Advertising, 22(3), 349- 374

Nakip, Mahir(2013),*Pazarlama Araştırmalarına Giriş*, Seçkin Yayıncılık, Ankara

Odabaşı, Yavuz-Oyman, Mine (2002), *Pazarlama İletişimi Yönetimi*; MediaCat Yayıncılık, İstanbul.

Öztürk, R.G.(2007),Marka Farkındalığı Yaratmada Ürün Yerleştirmenin Etkisi, (Basılmamış yüksek lisans tezi), Marmara Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Öztürk, Selen- Okumuş, Abdullah (2013); "Ürün Yerleştirmeye Yönelik Tüketici Tutumlarının Pazar Bölümlerine Göre İncelenmesi" , Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, Cilt 9, Sayı 18

Öztürk, Selen- Okumuş, Abdullah (2013); “Pazarlama İletişimi Aracı Olarak Ürün Yerleştirme: Kavramsal Bir Çerçeve”

Pehlivan, İlker “Gizli gizli reklam”, <http://haber.gazetevatan.com/gizli-gizli-reklam/430409/2/Haber>, erişim tarihi:25.01.2016

RTÜK, Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması 2 Şubat 2009, Ankara, www.rtuk.gov.tr/rtuk-kamuoyu-arastirmalari/3890/5232/televizyon-izleme-egilimleri-arastirmasi-3-2013.html (Erişim Tarihi: 26.01.2016)

Russell C. A. (1998), “Toward A Framework of Product Placement: Theoretical Propositions”. *Advances in Consumer Research*, 25: 357-362

Tıǧlı, Mehmet (2004), *Bir Aktör Olarak Markalar: Ürün Yerleştirme*, Türkmen Kitabevi, İstanbul.

Tosun,N. Babür; *İletişim Temelli Marka Yönetimi*, Beta Yayınevi, İstanbul, 2010.

**Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Sosyo-Bilimsel Bir Konu Olan Organ
Bağışına Yönelik Metaforik Algıları**

**Science Teacher Candidates' Metaphoric Perception on Organ Donation
Which is A Socio-Scientific Issue**

Gonca HARMAN¹
Aytekin ÇÖKELEZ²

Extended Abstract

One of the main objectives of science curriculum that aims to train individuals as a scientific literate, is to develop scientific thinking habits through socio-scientific issues. Organ donation and organ transplantation is an extremely important socio-scientific issue. Organ donation and organ transplantation issues are located in 7th grade Body Systems unit in science curriculum and "to understand the importance in terms of social solidarity of organ donation and organ transplantation." acquisition is emphasized in science curriculum. Science teacher candidates will teach organ donation and organ transplantation in the course and science teacher candidates will affect students' perception on organ donation a positive or negative direction. Therefore, it is thought that determination of science teacher candidates' perception on organ donation is necessary and important. Metaphors helps to have an idea about individual's perceptions about a concept. Individuals' attitudes towards a concept can be effective on individuals' positive or negative metaphor towards a concept. The purpose of this research is to determine science teacher candidates' perceptions on organ donation through metaphors. Total 136 science teacher candidates studying at first (f: 39), second (f: 33), third (f: 33) and fourth (f: 31) grade at the Department of Science Education participated in this research. Phenomenology design was used in this qualitative research. Each science teacher candidates has been asked to complete the sentence "Organ donation is like, because....." as data collection tool. Teacher candidates have been asked to express that what is organ donation look like? The content analysis was used for the metaphors

¹ Dr. e-mail: goncaharman@hotmail.com

² Doç. Dr. İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Bölümü, e-mail: cokelez@itu.edu.tr

Bu makale iThenticate programı ile taranmıştır.

Makale Gönderim Tarihi: 27/12/2016- Kabul Tarihi: 08/03/2017

developed by science teacher candidates. Data of this research were analyzed by following the steps as (1) naming, (2) classification, (3) category development, (4) providing the reliability and validity, and (5) transferring data to the computer. According to the research results, the science teacher candidates developed different metaphors about organ donation. Remarkable metaphor examples are presented with direct quotations and reasons that were expressed by science teacher candidates. i.e. vegetative reproduction, spring season, life water, mother, pomegranate, spare player, changing the battery, Superman, vehicle repair, Big Bang, supernova, seasons, neighborhood relations, domino stones, win exam. Science teacher candidates' metaphors were evaluated in 19 different categories such as revival-rebirth, necessities, sacrifice, life-saving, superhero, luck and hope, happiness, re-use-acquisition, support, repair, sharing, order and balance, limited and valuable source, the water cycle, mutual benefit, innocence, widespread and lasting impact, quality of life, their personal preferences. It was seen that the categories which have the most metaphors are the revival-rebirth, necessities, life-saving and sacrifice. Research results showed that science teacher candidates didn't develop negative metaphor on organ donation. The whole of the science teacher candidates' perception on organ donation were found to be positive.

Öz

Bu araştırmada fen bilgisi öğretmen adaylarının organ bağışına ilişkin algılarının metaforlar aracılığı ile incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmaya Eğitim Fakóltesi Fen Bilgisi Eğitimi Anabilim Dalında 1 (f: 39), 2 (f: 33), 3 (f: 33) ve 4. (f: 31) sınıfta öğrenim gören toplam 136 fen bilgisi öğretmen adayı katılmıştır. Bu nitel araştırmada fenomenoloji deseni kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak her öğretmen adayından "Organ bağışı gibidir, çünkü....." cümlesini tamamlaması istenmiştir. Çalışma sonucunda fen bilgisi öğretmen adaylarının organ bağışı ile ilgili farklı metaforlar geliştirdikleri görölmüştür. Bu metaforlardan vejetatif üreme, ilkbahar mevsimi, can suyu, anne, nar, yedek oyuncu, bataryayı değiştirmek, Süpermen, araç tamiri, Big Bang, süpernova, mevsimler, komşuluk ilişkileri, domino taşları, KPSS'yi kazanmak olmak üzere dikkat çekici örnekler öğretmen adaylarının ifade ettikleri gerekçelerle doğrudan alıntılarla sunulmuştur. Bu metaforlar canlanma-yeniden doğma, zaruri ihtiyaç, fedakârlık, hayat kurtarma, süper kahraman, şans ve umut, mutluluk, yeniden kullanım-kazanım, yardım, tamir, paylaşma, düzen ve denge, kısıtlı ve değerli kaynak, su döngüsü, karşılıklı fayda, masumiyet, yaygın ve sürekli etki, kaliteli yaşam ve kişisel tercih olmak üzere 19 farklı

kategoride değerlendirilerek sonuçlar yorumlanmıştır. En çok metafor bulunan kategorilerin canlanma-yeniden doğma, zaruri ihtiyaç, hayat kurtarma ve fedakârlık olduğu görülmüştür. Araştırma sonucunda fen bilgisi öğretmen adaylarının organ bağışına yönelik olumsuz metafor oluşturmadığı görülmüştür. Fen bilgisi öğretmen adaylarının tamamının organ bağışına yönelik algılarının olumlu olduğu saptanmıştır.

Anahtar kelimeler: Metafor, Sosyo-Bilimsel Konular, Organ Bağışı, Fen Bilgisi Öğretmen Adayı.

Abstract

The purpose of this research is to determine science teacher candidates' perceptions on organ donation through metaphors. Total 136 science teacher candidates studying at first (f: 39), second (f: 33), third (f: 33) and fourth (f: 31) grade at the Department of Science Education participated in this research. Phenomenology design was used in this qualitative research. Each science teacher candidates has been asked to complete the sentence "Organ donation is like, because....." as data collection tool. Teacher candidates have been asked to express that what is organ donation look like? According to the research results, the science teacher candidates developed different metaphors about organ donation. Remarkable metaphor examples are presented with direct quotations and reasons that were expressed by science teacher candidates. i.e. vegetative reproduction, spring season, life water, mother, pomegranate, spare player, changing the battery, Superman, vehicle repair, Big Bang, supernova, seasons, neighborhood relations, domino stones, win exam. Science teacher candidates' metaphors were evaluated in 19 different categories such as revival-rebirth, necessities, sacrifice, life-saving, superhero, luck and hope, happiness, re-use-acquisition, support, repair, sharing, order and balance, limited and valuable source, the water cycle, mutual benefit, innocence, widespread and lasting impact, quality of life, their personal preferences. It was seen that the categories which have the most metaphors are the revival-rebirth, necessities, life-saving and sacrifice. Research results showed that science teacher candidates didn't develop negative metaphor on organ donation. The whole of the science teacher candidates' perception on organ donation were found to be positive.

Keywords: Metaphor, Socio-Scientific Issues, Organ Donation, Science Teacher Candidates.

Giriş

Organ nakli, başka yollarla tedavi edilemeyen hastalıklar için önemli bir tedavi yöntemidir (Çetin ve Harman, 2012). Organ naklinde hastaların hayatını kurtarmak, yaşama sürelerini artırmak ve daha kaliteli bir yaşam sürmelerini sağlamak hedeflenmektedir. Ancak organ nakli tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de önemli bir sağlık sorunudur. Organ yetmezliği insidansı her geçen gün çoğalırken bazı hastalar kendilerine uygun organa kısa süre içerisinde kavuşurken bazı hastalar senelerce beklemek zorunda kalmaktadır. Bazı hastalar ise kendilerine uygun organa kavuşmayı beklerken yaşamlarını yitirmektedir. Bu sorunun giderilmesi için yetersiz sayıdaki organ bağışının artırılması gerekmektedir (Özdağ, 2001).

Ülkemizde organ bağışı yeterli düzeyde yapılmamaktadır. Oysa ki, alanyazında organ bağışına yönelik bakış açıları (Annadurai, Mani ve Ramasamy, 2013; Savaşer vd., 2012; Kavurmacı, Karabulut ve Koç, 2014) ve tutumların (Hamed vd, 2016; Liu vd., 2015; Kose, Onsu ve Topuzoğlu, 2015) olumlu olduğuna ilişkin araştırmalar yer almaktadır. Araştırmalara katılan bireylerin yarıya yakını organlarını bağışlayacaklarını belirtirken gerekçelerini hayat kurtarmak (Cebeci, Sucu-Dağ ve Karazeybek, 2015; Kavurmacı, Karabulut ve Koç, 2014), insanlara yardım etmek (Cebeci, Sucu-Dağ ve Karazeybek, 2015; Savaşer vd., 2012), insanlara faydalı olmak (Kavurmacı, Karabulut ve Koç, 2014), insanlığa hizmet etmek, öldükten sonra çürüyüp gidecek organların işe yaraması, insanın bir parçasının kendi öldükten sonra bile yaşamaya devam etmesi (Özmen, Çetinkaya, Sarızeybek ve Zeybek, 2008), bir gün kendisinin de organ bağışına ihtiyacı olabileceğini düşünmek (Cebeci, Sucu-Dağ ve Karazeybek, 2015), dinsel nedenler, bilime yardımcı olmak (Savaşer vd., 2012) olarak ifade etmektedir.

Farkındalık, tutum ve bakış açıları olumlu olmasına karşın alanyazında hemşirelik ve sağlık yüksekokulu öğrencilerinin yarısından fazlasının organ bağışlama konusunda kararsız olması dikkat çekicidir (Cebeci, Sucu Dağ ve Karazeybek, 2015; Özmen vd., 2008).

Yetersiz sayıdaki organ-doku nakillerinin artırılması üzerinde eğitim, bilinçlendirme ve bilgilendirme son derece önemli bir etki oluşturacaktır (Kara, Salman ve Öngel, 2012). Bireylere verilecek eğitimlerde kısa film, reklam, imza günleri ve alanında uzman kişilerin katıldığı açık oturumların düzenlenmesi (Annadurai, Mani ve Ramasamy, 2013), sevilen kişilerin, sanatçıların organ bağışı-nakline yönelik programlarda rol alması ve öncülük etmesi (Kavurmacı, Karabulut ve Koç, 2014), bireylerin konuya ilişkin bilgilerinin ana kaynağı olması nedeni ile özellikle de medyada

konuya ilişkin olumlu haberlere yer verilmesi gereklidir (Cebeci, Sucu-Dağ ve Karazeybek, 2015; Kavurmacı, Karabulut ve Koç, 2014; Liu vd., 2015; Kose, Onsuz ve Topuzoğlu, 2015; Özmen vd., 2008). Öyle ki, alanyazında konu hakkında bilgi sahibi olan bireylerin bağış yapma oranının daha yüksek olduğu ifade edilmektedir (Balci ve Şahingöz, 2014). Organ bağışına karşı isteksizlik yetersiz ya da yanlış bilgilendirilmeden kaynaklanmaktadır (Yaşar vd., 2008). Bilgi ve tutum arasındaki pozitif ilişki dikkate alındığında (Hamed vd., 2016) bilgi ve olumlu tutum kazandırılması eğitim programlarında organ bağışı ile ilgili konulara yer verilmesini gerekli kılmaktadır (Yaşar vd., 2008; Kavurmacı, Karabulut ve Koç, 2014; Liu vd., 2015). Bu nedenle organ bağışı ile ilgili konular eğitim programlarına çok küçük yaşlardan başlanarak dâhil edilmelidir (Kavurmacı, Karabulut ve Koç, 2014). Eğitim ve öğretimde konuya yer verilmesinin ve bireylerin özellikle küçük yaşlardan itibaren bilgilendirilmelerinin önemli olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda fen bilimleri öğretim programı incelendiğinde ilgili konulara yer verildiği görülmektedir. Tüm bireylerin fen okuryazarı olarak yetişmesini amaçlayan fen bilimleri dersi öğretim programının temel amaçlarından biri "Sosyo-bilimsel konuları kullanarak bilimsel düşünme alışkanlıklarını geliştirmektir." Organ bağışı da son derece önemli bir sosyo-bilimsel konudur. Bu konuya ilişkin fen bilimleri dersi öğretim programında 7. sınıf Vücudumuzdaki Sistemler ünitesinde organ bağışı ve organ nakli yer almakta ve programda "Organ bağışı ve organ naklinin toplumsal dayanışma açısından önemini kavrar." kazanımı vurgulanmaktadır (MEB, 2013). Öğretim programında belirtilen kazanımlara ulaşmak ve organ bağışını artırmak için verilecek eğitim ve gerçekleştirilecek etkinliklerin süreklilik arz etmesinin sağlanması bağlamında (Annadurai, Mani ve Ramasamy, 2013; Özdağ, 2001) Sağlık Bakanlığı Milli Eğitim Bakanlığı ile işbirliği yaparak ilk ve ortaöğretim okullarındaki öğrencilerin ve öğrenci velilerinin bilinçlendirilmesi ve daha duyarlı hale getirilmesi için eğitim programları düzenlemekte ve 3-9 Kasım Organ Nakli Haftasında okullarda çeşitli etkinlikler yapılmaktadır (Gökçe, Özer ve Kilci, 2016).

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Şüphesiz ki, organ nakli ve bağışı ile ilgili verilecek eğitim konu ile ilgili bilgi, tutum ve davranışları olumlu etkileyecek (Akgun, Tokalak ve Erdal, 2002); ayrıca organ bağışının önündeki engellerin, karasızlıkların ortadan kaldırılmasını da sağlayacaktır (Cebeci, Sucu-Dağ ve Karazeybek, 2015). Eğitim süreci içinde okullarda organ bağışı hakkında yapılacak

bilgilendirmeler organ bağışına yönelik duyarlılığın ve beraberinde de organ bağışısı yapacak kişi sayısının artması üzerinde etkili olacaktır (Kaça vd., 2009; Koçak vd., 2010). Bu bağlamda geleceğin öğretmenleri olarak fen bilgisi öğretmen adayları konuyu sınıflarında işleyecek ve öğrencilerinin organ bağışısına yönelik algılarını olumlu ya da olumsuz yönde etkileyeceklerdir. Bundan dolayı fen bilgisi öğretmen adaylarının organ bağışısına yönelik algılarının belirlenmesinin gerekli ve önemli olduğu düşünölmektedir.

Bireylerin bir kavrama yönelik algıları hakkında fikir sahibi olmak için metaforlar kullanılabilir. Metaforlar, bir kavramın bireyler tarafından nasıl algılandığı ile ilgili fikir sahibi olmaya yardımcıdır (Cerit, 2008; Girmen, 2007; Gürbüzöğlü-Yalmancı ve Aydın, 2013). Bilinen bir kavram ya da durumdan yararlanılarak bilinmeyen bir kavram ya da durumla ilgili olarak açıklamalar yapabilmek imkânı sunan metaforlar (Dönmez-Usta ve Ültay, 2015) bilinen bir alandan genellikle bilinmeyen bir alana bilginin transfer edilmesidir (Soysal ve Afacan, 2012). Bu araştırmada fen bilgisi öğretmen adaylarının organ bağışısına ilişkin algılarının metaforlar aracılığı ile incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma organ bağışısına ilişkin algıların metaforlar aracılığı ile belirlenmesi bağlamında alanyazında bir ilk olması nedeni ile önemlidir. Ayrıca bu araştırma sonucunda ortaya çıkan dikkat çekici metaforların ve bu metaforlar için ifade edilen gerekçelerin organ bağışısına yönelik kamu spotu, afiş ve broşürlerin hazırlanmasında kullanılabileceği düşünölmektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Bu nitel araştırmada farkında olmamıza rağmen derinlemesine ve ayrıntılı bir anlayışa sahip olmadığımız olgular üzerinde yoğunlaşan olgu bilim (fenomenoloji) deseni kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Odak noktası kişisel tecrübeler olan fenomenoloji bireyin kişisel dünya görüşü ve olayları yorumlaması ile ilgilenmektedir. Bu yaklaşımda olaylara ya da kavramlara müdahale etmeden bireyin kendisini ve dünyasını nasıl gördüğünü inceleyerek insan doğası hakkında daha çok şey öğrenilmeye çalışılmaktadır (Çekmez, Yıldız ve Bütüner, 2012).

Çalışma Grubu

Araştırmaya Eğitim Fakültesi Fen Bilgisi Eğitimi Anabilim Dalında 1 (f: 39), 2 (f: 33), 3 (f: 33) ve 4. (f: 31) sınıfta öğrenim gören toplam 136 fen bilgisi öğretmen adayı katılmıştır.

Veri Toplama Aracı

Araştırmaya katılan fen bilgisi öğretmen adaylarının organ bağışına yönelik algılarını belirlemek için "Organ bağışısı gibidir, çünkü....." cümlesini tamamlamaları istenmiştir.

Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizinde Saban (2008), Yapıcı (2015) ve Ulukök, Bayram ve Selvi (2015) tarafından yapılan çalışmalarda kullanılan (1) adlandırma, (2) tasnif etme, (3) kategori geliştirme, (4) geçerlik ve güvenilirliği sağlama ve (5) verileri bilgisayar ortamına aktarma aşamaları takip edilmiştir.

(1)Adlandırma aşaması: Fen bilgisi öğretmen adaylarının oluşturdukları metaforlar gerekçeleri ile birlikte yazılmıştır. Oluşturulan metaforlar ile metafor-gerekçe uygunluğu incelenmiştir.

(2)Tasnif etme (eleme ve arıtma) aşaması: Fen bilgisi öğretmen adaylarının metaforları konu, kaynak ve konu ile kaynak arasındaki ilişki bağlamında analiz edilmiştir. Organ bağışısı kavramı için 136 formdan 69 metafor elde edilmiştir.

(3)Kategori geliştirme aşaması: Fen bilgisi öğretmen adaylarının oluşturdukları metaforlar ortak özellikleri açısından incelenmiştir. Organ bağışısı için 19 farklı kategori geliştirilmiştir.

(4)Geçerlik ve güvenilirliği sağlama aşaması: Kategoriler altına yerleştirilen metaforların ilgili kategorileri temsil etme uygunluğunu belirlemek amacı ile iki araştırmacının birbirinden bağımsız olarak belirledikleri kategoriler karşılaştırılmıştır. Görüş birliği ve görüş ayrılığı sayıları belirlenmiştir. Veri analizinin güvenilirliği, Miles ve Huberman'ın (1994) Güvenirlik = Görüş Birliği \ [Görüş Birliği + Görüş Ayrılığı] X 100 formülü kullanılarak hesaplanmış ve güvenilirlik değeri % 90 olarak bulunmuştur. Bulunan değer %70'in üzerinde olup bu araştırma için güvenilir olarak kabul edilmiştir (Miles ve Huberman, 1994).

(5)Verileri bilgisayar ortamına aktarma aşaması: Metafor sayıları belirlenip kategorilerin oluşturulmasının ardından veriler bilgisayar ortamına aktarılarak katılımcı sayılarını temsil eden frekanslar ve yüzdeler hesaplanmıştır.

Bulgular

Fen bilgisi öğretmen adaylarının ifade ettikleri metaforlar ve bu metaforların yer aldığı kategoriler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının İfade Ettikleri Metaforlar, Metaforların Yer Aldığı Kategoriler ve Frekans-Yüzde Değerleri

Kategoriler	f	%	Metaforlar
Canlanma-yeniden doğma	29	21,3	tohum (f: 5), vejetatif üreme (f: 5), can suyu (f: 4), doğum (f: 4), hayata ikinci kere gelmek (f: 3), tırtıl-kelebek (f: 2), ilkbahar mevsimi (f: 1), bahar vakti bahçıvanın ağaç dikmesi (f: 1), çiçek açmaya başlayan ağaç (f: 1), toprak (f: 1), fidan (f: 1), rejenerasyon (f: 1)
Zaruri ihtiyaç	25	18,4	su (f: 13), oksijen (f: 6), nefes (f: 2), güneş ışığı (f: 2), aile (f: 1), kalp (f: 1)
Fedakârlık	15	11,0	aile ilişkileri (f: 5), aşk (f: 5), kardeşlik (f: 2), anne (f: 1), baba (f: 1), köpek (f: 1)
Hayat kurtarma	14	10,3	bir insana hayat vermek (f: 5), nar (f: 3), doktor (f: 2), bataryayı değiştirmek (f: 1), yedek oyuncu (f: 1), ilaç (f: 1), panzehir (f: 1)
Süper kahraman	9	6,6	süpermen (f: 3), batman (f: 2), roadrunner (f: 1), karlar kraliçesi (f: 1), mucize (f: 1), sihirli değnek (f: 1)
Şans ve umut	7	5,1	güneşin doğuşu (f: 2), ışık (f: 1), yıldız (f: 1), takvimdeki yapraklar (f: 1), yonca yaprağı (f: 1), ikinci hayat (f: 1)
Mutluluk	5	3,7	bir çocuğu sevindirmek (f: 2), festival (f: 1), komedi filmi (f: 1), dondurma (f: 1)
Yeniden kullanım-kazanım	5	3,7	geri dönüşüm (f: 2), ağaç (f: 2), eşya (f: 1)
Yardım	4	2,9	ihtiyacı olan birine para vermek (f: 4)
Tamir	4	2,9	araç (f: 2), bozuk oyuncak (f: 1), bilgisayar (f: 1)
Paylaşma	4	2,9	sevgi (f: 3), elektron (f: 1)

Düzen ve denge	4	2,9	Big Bang (f: 1), süpernova (f: 1), enerji dönüşümü (f: 1), mevsimler (f: 1)
Kısıtlı ve değerli kaynak	2	1,5	içilebilen su (f: 1), altın (f: 1)
Su döngüsü	2	1,5	su döngüsü (f: 2)
Karşılıklı fayda	2	1,5	komşuluk ilişkileri (f: 1), pazarda alış veriş (f: 1)
Masumiyet	2	1,5	yeni doğmuş bebek (f: 2)
Yaygın ve sürekli etki	1	0,7	domino taşları (f: 1)
Kaliteli yaşam	1	0,7	KPSS'yi kazanmak (f: 1)
Kişisel tercih	1	0,7	kurallara uygun davranmak (f: 1)

Tablo 1 incelendiğinde fen bilgisi öğretmen adaylarının toplam 69 farklı metafor oluşturduğu ve bu metaforların 19 kategori altına yerleştirildiği görülmektedir.

Fen bilgisi öğretmen adaylarının ifade ettikleri metaforlardan dikkat çekici örnekler gerekçeleri ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Organ bağışını canlanma-yeniden doğma kategorisinde ele alan öğretmen adaylarından biri organ bağışını vejetatif üremeye benzetmiştir. Bu düşüncesini "*Organ bağışı vejetatif üreme gibidir. Çünkü bitkilerin bir parçasını alıp tekrar dikildiğinde yaşar, canlanır. Organ da aynıdır. Birine ait bir organ bir başkasında canlanır, hayat bulur. O kişiye de hayat verir.*" gerekçesi ile desteklemiştir. Öğretmen adayı vücutta yer alan bir organdan onu tekrar oluşturabilecek şekilde bir parça alınması neticesinde alınan parçanın bağımsız yeni bir organ haline gelebileceğini ifade etmektedir. Bu bağımsız yeni organ ihtiyacı olan vücuda nakledildiğinde vücudun sahibine hayat verecektir. Kadavradan organ nakli olabildiği gibi canlıdan da organ nakli mümkündür. Hayatta iken de başka bir hayatı kurtarmak olasıdır. Karaciğer nakillerinde olduğu gibi canlıdan alınacak bir parça koşulların sağlanması durumunda ihtiyacı olan vücuda nakledilebilir. Öğretmen adayı organ bağışını vejetatif üremeye benzeterek yaşarken de yapılacak bir bağış ile hayatın devam etmesinin sağlanabileceğini vurgulamaktadır. Bir öğretmen adayı ise organ bağışını ilkbahar mevsimine benzeterek düşüncesini "*Organ bağışı ilkbahar mevsimi gibidir. Çünkü ilkbaharda doğa canlanır. Aynı bir insanın hayatını ona organ bağışında bulunarak kurtardığımızda tekrar hayata döndüğü, canlandığı gibi.*" gerekçesi ile desteklemiştir. Öğretmen adayı doğanın yeniden canlandığı mevsimin ilkbahar olduğunu ve benzer şekilde insan hayatının da yapılacak organ bağışı ile canlanacağını düşünmektedir. Başka bir öğretmen adayı ise organ bağışını can suyuna benzeterek düşüncesini

“Organ bağıışı can suyu gibidir. Çünkü can suyu nasıl bir bitkinin hayata tutunmasına, yeşermesine yardım ediyorsa, organ bağıışı da belki de umutların tükendiği anda yeniden bir hayatın yeşermesine vesiledir.” gerekçesi ile desteklemiştir. Öğretmen adayı bitkinin can suyu ile toprağa tutunması gibi insanın da yapılacak organ bağıışı ile hayata tutunabileceğini düşünmektedir.

Organ bağıışını fedakârlık kategorisinde ele alan öğretmen adaylarından biri organ bağıışını anneye benzetmiştir. Bu düşüncesini *“Organ bağıışı anne gibidir. Çünkü karşılıksız, çıkar gözetmeksizin iyilik yapan biri gibidir. Anne gibi hayat verir. Kişiyi yaşama bağlar. Menfaat gözetmez.”* gerekçesi ile desteklemiştir. Öğretmen adayı ihtiyacı olan bir kişiye karşılık beklemeden yapılan fedakârlığa dikkat çekmektedir.

Organ bağıışını hayat kurtarma kategorisinde ele alan öğretmen adaylarından biri organ bağıışını nara benzetmiştir. Bu düşüncesini *“Organ bağıışı nar gibidir. Çünkü dıştan bir bütün gibidir. Ama içini açınca pek çok parçaya bölünebilir. Vücut da nar gibidir. Öldüğümüzde organ bağıışı yaparsak nar taneleri gibi parçalara ayrılır ve hayatları kurtarırız.”* gerekçesi ile desteklemiştir. Özellikle kadavradan gerçekleştirilecek nakiller bireyin belki tanıdığı belki de hiç tanımadığı bedenlerin yeniden hayata tutunmalarına imkân sağlayabilecek bir saçılmadır. Tıpkı nar tanelerinin her yere saçılması sonucunda birin bin olması gibi bir insan çok sayıda insana hayat verebilecektir. Öğretmen adayı organ bağıışı ile çok sayıda hayat kurtarılacak dışarıdan bakınca görünen bir yaşamın içini açınca çok sayıda yaşam için kurtarıcı olabileceğini düşünmektedir. Başka bir öğretmen adayı organ bağıışını yedek oyuncuya benzetmiştir. Bu düşüncesini *“Organ bağıışı yedek oyuncu gibidir. Çünkü oyunda anlık yaşanan sıkıntıda eksiği tamamlar; oyunun, hayatın devamını sağlar.”* gerekçesi ile desteklemiştir. Öğretmen adayı hayatın bir oyun olduğunu, oyuncuların birinin herhangi bir sebeple oyunun devam etmesine engel teşkil etmesi halinde devreye sokulacak yedek oyuncu ile oyunun devam ettirilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Benzer şekilde hayatın devam etmesine engel olan durumun organ bağıışı ile ortadan kaldırılabileceğini düşünmektedir. Bir diğeri ise bataryayı değiştirmeye benzeterek düşüncesini *“Organ bağıışı bataryayı değiştirmek gibidir. Çünkü organ bağıışı olmazsa ömrümüz tükenir. Nasıl ki yeni bir batarya alıp telefon tekrar kullanılabilirse organ bağıışı da yeni bir hayat bulmaktır.”* gerekçesi ile desteklemiştir. Öğretmen adayı vücudun normal bir şekilde çalışabilmesi ile telefonun çalışması için gerekli koşullar arasında kurduğu ilişkide vücudun ya da telefonun çalışmasına engel olan organın ya da bataryanın değiştirilmesi halinde mevcut sorunun çözülebileceğini vurgulamaktadır.

Organ bağışını süper kahraman kategorisinde ele alan öğretmen adaylarından biri organ bağışını süpermene benzetmiştir. Bu düşüncesini *“Organ bağışı televizyonlarda izlediğimiz süper kahramanlar, Süpermen gibidir. Çünkü nasıl o süper kahramanlar başı her sıkışan, yardıma ihtiyacı olan insanları kurtarıyorsa organ bağışı da zorda kalan insanların hayatını kurtarır.”* gerekçesi ile desteklemiştir. Süper kahramanlar gerçekleşmesi halinde çok ciddi ve telafisi mümkün olmayacak derecede olumsuz sonuçlar doğurabilecek olaylara müdahale ederek zor durumdaki insanlara yardım ederler. Çoğunlukla da yok olmak üzere olan şeyleri kurtarırlar. Öğretmen adayı organ bağışını gerçek üstü bağlamda ele alarak bir kurtarıcı ile özdeşleştirmiştir.

Organ bağışını tamir kategorisinde ele alan öğretmen adaylarından biri organ bağışını araç tamirine benzetmiştir. Bu düşüncesini *“Organ bağışı araç tamiri gibidir. Çünkü elimizde iki araç olduğunu düşünelim. Biri kaza sebebiyle kullanılmayacak halde ancak bazı parçalar kırılmamış veya bozulmamış çalışır durumda, bir tane de iyi kullanılmamış iskeleti sağlam ancak motoru bozuk bir araç düşünelim. Pert olmuş araçtaki kullanılabilir malzemelerle diğer araç çalışır hale getirilir.”* gerekçesi ile desteklemiştir. Kadavradan gerçekleştirilecek organ bağışına dikkat çeken öğretmen adayı kadavra için artık herhangi bir işlevi olmayacak olan organların başka bir insanın hayatına devam etmesini sağlayabileceğini vurgulamaktadır. Burada kadavra içerisinde kalması anlamsız olan organın başka bir bedende anlam kazanması söz konusudur.

Organ bağışını düzen ve denge kategorisinde ele alan öğretmen adaylarından biri organ bağışını Big Bang'e benzetmiştir. Bu düşüncesini *“Organ bağışı Big Bang gibidir. Çünkü kendi düzen ve dengesini bozduğu halde yeni bir yaşamın başlangıcını oluşturur. Organ bağışlayan kişi de kendinden bir parça vererek var olan dengesini değiştirerek hayat verir. Organ bağışı tıpkı Big Bang patlaması gibidir. Patlama olmasaydı bu hayat ve dengenin olmayacağı gibi.”* gerekçesi ile desteklemiştir. Başka bir öğretmen adayı süpernovaya benzeterak düşüncesini *“Organ bağışı süpernova gibidir. Çünkü evrende nasıl bir yıldız yok olduğunda yeni bir yıldız oluşuyor. Organ bağışı da bunun gibidir. Süpernovada bir yıldızın yok oluşu diğer bir yıldızın var oluşuyorsa organ bağışında ise bir hayatın sona ermesi yeni hayatların başlangıcı gibidir.”* gerekçesi ile desteklemiştir. Öğretmen adayı bir yaşamın sona ermesi ile yeni bir yaşamın başlaması arasındaki tetikleyici güce dikkat çekmiştir. Öyle ki, organ bağışı bekleyen insanlar için bekledikleri organa kavuşmakla birlikte hayat yeniden başlar. Bu başlangıcı sona eren yaşamdan geriye kalanlar sağlar. Bir diğeri ise organ bağışını mevsimlere benzetmiştir. Bu düşüncesini *“Organ bağışı mevsimler gibidir. Çünkü bir mevsim biterken biri hayat bulur. Birbirini takip eden hayat döngüsüdür.”* gerekçesi ile desteklemiştir. Öğretmen adayı

biten bir mevsimin ardından diğer mevsimin başlaması, biten bir hayatla diğer hayatın başlaması gibi her sonun yeni bir başlangıca neden olacağını düşünmektedir.

Organ bağışını karşılıklı fayda kategorisinde ele alan öğretmen adaylarından biri organ bağışını komşuluk ilişkilerine benzetmiştir. Bu düşüncesini *“Organ bağışı komşuluk ilişkileri gibidir. Çünkü komşu komşunun külüne muhtaçtır.”* gerekçesi ile desteklemiştir. Öğretmen adayı insanların birbirlerine ihtiyaç duyabileceklerini ve bu ihtiyaçları giderirken de karşılıklı yardımlaşmanın önemli olduğunu ifade etmektedir.

Organ bağışını yaygın ve sürekli etki kategorisinde ele alan öğretmen adaylarından biri organ bağışını domino taşlarına benzetmiştir. Bu düşüncesini *“Organ bağışı domino taşları gibidir. Çünkü sen öldüğünde senle biri yaşayacak. Sen organını bağışlayınca bir hayat kurtulacak. Aslında sen hiç ölmeyeceksin. Sen bir başkasına organ vereceksin verdiğin kişi bir başkasına böylelikle hayatlar devredilecek.”* gerekçesi ile desteklemiştir. Domino taşlarının gerçekleştirdiği harekette bir olayın kendisinden sonra gerçekleşecek olayı tetiklemesi, başlatması ve gerçekleşen olayın etki alanını büyütürken devamlı bir şekilde ilerletmesi söz konusudur. Bu bağlamda bir bireyin organ bağışlamayı istemesinin ve bağış yapmasının sebebi daha önce kendisine başka bir kişinin organ bağışı yapmış olması olabilir. Yapılacak bir bağış başka bir bağışı tetikleyerek bağışlar zinciri oluşturabilir. Öğretmen adayı organ bağışını sana bağışlandığı gibi sen de bir başkasına bağışla anlayışı ile değerlendirmektedir.

Organ bağışını kaliteli yaşam kategorisinde ele alan bir öğretmen adayı organ bağışını KPSS’yi kazanmaya benzetmiştir. Bu düşüncesini *“Organ bağışı KPSS’yi kazanmak gibidir. Çünkü insana daha kaliteli bir yaşama şansı verir.”* gerekçesi ile desteklemiştir. KPSS’yi kazanan birey tüm ihtiyaçlarını kendi imkânları ile karşılayarak kendi ayakları üzerinde kimseden yardım ya da destek almadan durabilir. Organ bağışından önce belki de bir cihaza bağlı olarak yaşayan, temel ihtiyaçlarını gidermek için başkalarından yardım alan bir birey de organ bağışından sonra daha kaliteli bir yaşam şansı elde ederek kendi kendine yeter hale gelebilir.

Sonuç

Araştırma sonucunda fen bilgisi öğretmen adaylarının oluşturdukları metaforlara ilişkin canlanma-yeniden doğma, zaruri ihtiyaç, fedakârlık, hayat kurtarma, süper kahraman, şans ve umut, mutluluk, yeniden kullanım-kazanım, yardım, tamir, paylaşma, düzen ve denge, kısıtlı ve değerli kaynak, su döngüsü, karşılıklı fayda, masumiyet, yaygın ve

sürekli etki, kaliteli yaşam ve kişisel tercih olmak üzere 19 farklı kategori ortaya çıkmıştır. Bu kategoriler içerisinde en çok metafor bulunan kategorilerin canlanma-yeniden doğma, zaruri ihtiyaç, fedakârlık ve hayat kurtarma olduğu saptanmıştır. Alanyazında da iyilik etmek (Özdağ, 2001), birinin hayatını kurtarmak (Cebeci, Sucu-Dağ ve Karazeybek, 2015; Kavurmacı, Karabulut ve Koç, 2014; Özdağ, 2001), yararlı olma isteği (Cebeci, Sucu-Dağ ve Karazeybek, 2015; Kavurmacı, Karabulut ve Koç, 2014; Savaşer vd., 2012; Özdağ, 2001), insanlığa hizmet, öldükten sonra çürüyüp gidecek organların işe yaraması, insanın bir parçasının kendisi öldükten sonra yaşamaya devam etmesi (Özmen vd., 2008), bir gün kendisinin de organ bağışına ihtiyacı olabileceği (Cebeci, Sucu-Dağ ve Karazeybek, 2015) gibi içsel faktörlerin bireyleri organ bağışında bulunmaya yönelttiği ifade edilmektedir.

Kategoriler altında yer alan metaforlar incelendiğinde vejetatif üreme, ilkbahar mevsimi, can suyu, anne, nar, yedek oyuncu, bataryayı değiştirmek, Süpermen, araç tamiri, Big Bang, süpernova, mevsimler, komşuluk ilişkileri, domino taşları, KPSS'yi kazanmak olmak üzere dikkat çekici örnekler olduğu görülmüştür. Bununla birlikte fen bilgisi öğretmen adaylarının organ bağışına yönelik olumsuz metafor oluşturmadıkları öğretmen adaylarının tamamının organ bağışına yönelik algılarının olumlu olduğu belirlenmiştir. Araştırma kapsamında elde edilen bu sonuç öğretmen adaylarının ilgili konuyu sınıflarında işleyecekleri ve öğrencilerinin organ bağışına yönelik algılarını olumlu ya da olumsuz yönde etkileyecekleri düşünüldüğünde son derece önemlidir. Öyle ki, geniş kitleleri bilinçlendirme ve farkındalık kazandırmada eğitim, bu eğitimi vermede de öğretmenler ve geleceğin öğretmenleri olarak öğretmen adaylarının rolü büyüktür. Organ bağışına yönelik duyarlılığın ve beraberinde de organ bağışı yapacak kişi sayısının artması verilecek eğitim ve bu eğitimi verecek öğretmen ve öğretmen adaylarının olumlu algılara sahip olmaları ile mümkündür.

Kaynakça

- Annadurai, K., Mani, K. & Ramasamy J. (2013). A Study on Knowledge, Attitude and Practices About Organ Donation Among College Students in Chennai, Tamil Nadu -2012. *Prog Health Sci 2013, KAP on organ donation*, 3(2), 59-65.
- Akgun, S., Tokalak, I. & Erdal, R. (2002). Attitudes and Behavior Related to Organ Donation and Transplantation: A Survey of University Students. *Transplantation Proceedings*, 34, 2009-2011.

- Balcı, E. & Şahingöz, M. (2014). Hemşirelerin Organ Bağışına Bakışları. *Cumhuriyet Tıp Dergisi*, 36, 503-511.
- Cebeci, F., Sucu-Dağ, G. & Karazeybek, E. (2015). Undergraduate Nursing Students' Opinions and Attitudes Toward Organ Donation: A Survey in A Turkish University. *Journal of Nursing Education and Practice*, 5(9), 83-89.
- Cerit, Y. (2008). Öğretmen Kavramı ile İlgili Metaforlara İlişkin Öğrenci, Öğretmen ve Yöneticilerin Görüşleri. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(4), 693-712.
- Çekmez, E., Yıldız, C. ve Bütüner, S. Ö. (2012). Fenomenografik Araştırma Yöntemi. *Necatibey Eğitim Fakültesi Elektronik Fen ve Matematik Eğitimi Dergisi (EFMED)*, 6(2), 77-102.
- Çetin, G. & Harman, Ö. (2012). Lise Öğrencilerinin Organ Nakli ve Organ Bağışı Konusundaki Bilgi ve Tutumları. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 172-177.
- Dönmez-Usta, N. & Ültay, N. (2015). Okul Öncesi Öğretmen Adaylarının "Kimya" Metaforlarının Karşılaştırılması Üzerine Bir Çalışma. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*.
- Girmen, P. (2007). İlköğretim öğrencilerinin konuşma ve yazma sürecinde metaforlardan yararlanma durumları. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Gökçe, N., Özer, H. & Kilci, Z. (2016). Sosyal Bilgiler Dersi Örneğinde Öğrencilere ve Ailelerine Göre Organ Bağışı. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 6(1), 84-109.
- Gürbüzöğlü-Yalmanlı, S. & Aydın, S. (2013). Öğretmen Adaylarının Biyoloji Kavramına Yönelik Metaforik Algıları. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(21), 208-223.
- Hamed, H., Awad, M.E., Youssef, K.N, Fouda, B., Nakeeb, A.E. & Wahab, M. A. (2016). Knowledge and Attitudes About Organ Donation Among Medical Students in Egypt: A Questionnaire. *Journal of Transplantation Technologies & Research*, 6(1), 1-4.
- Kaç, G., Amado, S., Kıkıcı, İ., Cilasin, S., Dağ, E., Leylek, İ. & Şahin, Ö. (2009). Organ Bağışına Yönelik Tutumların Planlı Davranış Kuramı Çerçevesinde İncelenmesi. *Türk Psikoloji Dergisi*, 24(64), 78-91.
- Kara, S., Salman, Z. & Öngel, K. (2012). Süleyman Demirel Üniversitesi Tıp Fakültesi Sağlık Personelinin Organ Bağışına Bakışı. *Ankara Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 11(1), 33-39.
- Kavurmacı, M., Karabulut, N. & Koç, A. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Organ Bağışı Hakkındaki Bilgi ve Görüşleri. *Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi*, 11(2), 15-21.

- Koçak, A., Aktaş, E. Ö., Şenol, E., Kaya, A. & Bilgin, U. E. (2010). Ege Üniversitesi Tıp Fakültesi Öğrencilerinin Organ Nakli ve Bağışı Hakkındaki Bilgi Düzeyi. *Ege Tıp Dergisi*, 49(3), 153-160.
- Kose, O. O., Onsuz, M. F. & Topuzoglu, A. (2015). Knowledge Levels of and Attitudes to Organ Donation and Transplantation Among University Students. *Northern Clinics of İstanbul*, 2(1), 19-25.
- Liu, H., Peng, X., Zhang, S., Qiao, X. ve Hao, Y. (2015). Posthumous Organ Donation Beliefs of College Students: A Qualitative Study. *International Journal of Nursing Sciences*, 2, 173-177.
- Miles, M. B. & Huberman, A.M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (Second Edition). California: SAGE Publications.
- MEB. (2013). İlköğretim kurumları (ilkokullar ve ortaokullar) fen bilimleri dersi (3, 4, 5, 6, 7 ve 8. sınıflar) öğretim programı. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Talim Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- Özdağ, N. (2001). Organ Nakli ve Bağışına Toplumun Bakışı. *C. Ü. Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 5(2), 46-55.
- Özmen, D., Çetinkaya, A. Ç., Sarızeybek, B. & Zeybek, A. (2008). Celal Bayar Üniversitesi Manisa Sağlık Yüksekokulu Öğrencilerinin Organ Bağışına İlişkin Bilgi ve Görüşleri. *Türkiye Klinikleri Tıp Bilimleri Dergisi*, 28, 311-318.
- Saban, A. (2008). Okula İlişkin Metaforlar. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 55, 459-496.
- Savaşer, S., Mutlu, B., Çağlar, S., Doğan, Z. & Canbulat, N. (2012). Hemşirelik Son Sınıf Öğrencilerinin Organ Bağışına Bakışları. *İstanbul Üniversitesi Florence Nightingale Hemşirelik Dergisi*, 20(1), 1-9.
- Soysal, D. & Afacan, Ö. (2012). İlköğretim Öğrencilerinin “Fen ve Teknoloji Dersi” ve “Fen ve Teknoloji Öğretmeni” Kavramlarına Yönelik Metafor Durumları. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(19), 287-306.
- Ulukök, Ş., Bayram, K. & Selvi, M. (2015). Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Biyoloji Kavramına İlişkin Zihinsel İmgeleri (Metafor Analizi Örneği). *International Online Journal of Educational Sciences*, 7(3), 244-259.
- Yapıcı, İ. Ü. (2015). Lise Öğrencilerinin Biyoloji Kavramına İlişkin Metaforik Algıları. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(55), 139-147.
- Yaşar, M., Oğur, R., Uçar, M., Göçgeldi, E., Yaren, H., Tekbaş, Ö. F. & Korkmaz, A. (2008). Bir Sağlık Meslek Yüksekokulu Son Sınıf Öğrencilerinin Organ Bağışı Konusundaki Tutumları ve Tutumlarına Etki Eden Faktörler. *Genel Tıp Dergisi*, 18(1), 33-37.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*.
Ankara: Seçkin Yayıncılık.

**2016 Yılı Yüksek Öğrenim Öğrenci Burs Artışlarının Öğrenci
Harcamaları Üzerine Etkileri: Uşak Üniversitesi Örneği**

**The Effects Of Increase In Higher Education Scholarship On Student
Expenses In 2016:**

An Example Of Uşak University

Şahin Çetinkaya¹

EXTENDED ABSTRACT

INTRODUCTION

Political parties have campaign promises in election periods. This situation also results in election economy and negative results. After the election on 1st November 2015, one of the campaign promises in government program was the increase of student scholarships. When the impacts of scholarship increase on student expenses are evaluated, it is observed that income growth has two results. These are spending and saving changes. Actually it is expected that students who have a high marginal consumption pattern will spend all of the income growth. This situation causes the increase of national income.

Whether the increase in student scholarships in 2016 caused an increase or a decrease or it didn't cause a change in spending items of students or not was searched by a questionnaire. The questionnaire study was evaluated on the basis of departments of students participated in the survey. When preparing survey questions and determining spending items, we used 100 students as base. We wanted them to write their monthly

¹ Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi, sahin.cetinkaya@usak.edu.tr

Bu makale iThenticate programı ile taranmıştır.

Makale Gönderim Tarihi: 28/12/2016- Kabul Tarihi: 17/01/2017

spending items and in this context, answers and determined spending items were included in the questionnaire study.

METHOD

We gathered information by way of questionnaire in the study. We asked for information from students studying in department of economics, business and public finance. The purpose of the study was to measure the impact of income growth on student expenses. It was tried to determine in which expense type students having a high marginal consumption pattern made a change in their income growth. We took in consideration ages, accommodation places and family income of students when evaluating answers given to survey questions.

Consumption habits and consumption patterns of students and their priorities according to income state were analyzed in the questionnaire. Results were evaluated with SPSS.

FINDINGS

It was observed that students expended all of the income growth when we detected that students have high marginal consumption patterns. Marginal propensity to save which was affected by the increase in the size of disposable income decreased and marginal propensity to consume increased. According to the assumption that income growth is shared as saving and consumption, saving share wasn't encountered in income growth of students.

The increase in credit and scholarship amounts raises burden on budget. However, because raises in expenditure increase the production, it will increase the amount of tax. The credit and scholarship burden increased in this way will return to budget again with the tax amount. At the same time, as it provides economic growth, it can be expected that it will provide more tax income than spending raise.

CONCLUSION

When considered that consumption growth causes production growth, it is expected that this situation will influence economic growth positively. Actually when the study is evaluated in terms of regional development and population structure, maybe a tendency to propensity of save can be observed in results. Because the budget allocated by families from middle and low income group is limited for education, they increase their income by borrowing too. This income growth decreases the fund

provided by borrowing. This situation is a facility for education expenditures of families and it decreases their borrowings.

2016 Yılı Yüksek Öğrenim Öğrenci Burs Artışlarının Öğrenci Harcamaları Üzerine Etkileri: Uşak Üniversitesi Örneği

Öz

Seçim dönemlerinde partilerin kampanyalar boyunca seçim vaatleri olur. Bu durum seçim ekonomisini ve olumsuz sonuçlarını da ortaya koyar. 1 Kasım 2016 seçimlerinden sonra hükümet programında yer alan seçim vaatlerinden biri de öğrenci burs artışlarıydı. Bu çalışma da burs artışlarının öğrenci harcamaları üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi üzerine yapılmıştır. Marjinal tüketim eğilimi yüksek bir kesim olan öğrencilerin gelir artışlarının tamamını harcamaya aktarmaları beklenmektedir. Bu durum MG artışına da sebep olacaktır.

2016 yılında öğrenci burslarında meydana gelen artışın öğrencilerin harcama kalemlerinden hangilerinde artış, hangilerinde azalış meydana getirdiği veya hangi harcama kalemlerinde de değişiklik yaratmadığı anket uygulaması ile araştırılmıştır. Yapmış olduğumuz anket çalışması ankete katılan öğrencilerin bölümleri bazında değerlendirilmiştir. Anket sorularının hazırlanmasında ve harcama kalemlerinin belirlenmesinde 10 öğrenci baz alınarak öğrencilerden aylık harcama kalemlerini yazmaları istenmiş ve bu kapsamda alınan cevaplar ile belirlenen harcama kalemlerine anket çalışmasında yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gelir Dağılımı, Tüketici Tercihi, Tüketim Eğilimi, Tasarruf Eğilimi, Sosyal Yardım

1.GİRİŞ

Gelir tüketimi etkileyen fonksiyonlardan biridir. Gelir artışına bağlı olarak tüketim artışı da meydana gelir. Gelirlerin tüketim üzerindeki etkileri, tasarruftan arta kalan kısımdır. Bu durum da gelir artışının tasarrufa giden kısım harcamadan arta kalandır. Marjinal tüketim eğilimi (c), marjinal tasarruf (s) eğilimlerinin toplamı 1'e eşitlendiğinde tasarruf eğiliminin, tüketim eğilimi arttıkça artan bir özelliğe sahip olduğu görülür.

$$s+c=1 \quad c=1-s \quad s=1-c$$

Öğrenciler marjinal tüketim eğilimi yüksek bir kesim olarak kabul edilebilir. Böylelikle tüketim artışına neden olan bir durum ortaya çıkacaktır. Bu durum milli geliri (Y) olumlu etkileyecek bir sonuç doğuracaktır. Bu

çerçeve de değerlendirmeden önce konunun bilimsel yanını kuramsal olarak açıklamak uygun olacaktır(Ünsal,2014).

2.GELİR

Ulusal hesaplarda Milli Gelir net hesaplanan rakamlardandır. Brüt rakamların başında ise GSMH gelir. GSMH, Ekonomide bir yılda yasal yollarla üretilen nihai mal ve hizmetlerinin toplam piyasa değeridir. Cari fiyatlarla ölçülen mal ve hizmetlerin değerine nominal GSMH denir. Reel GSMH, baz alınan bir yılın fiyatlarının cari yılın miktarları ile çarpımı sonucu bulunur. Yani enflasyon etkisi dışlandığında gerçek satın alma gücü ile ortaya konan fiyatlar ile hesaplanan mal ve hizmetlerin toplam değeridir. Enflasyonist bir ortamda nominal GSMH ekonomik refahı yansıtmayabilir (Yıldırım,2012).

Bir ekonominin sahip olduğu tüm üretim faktörlerinin tam olarak istihdam edilmesi durumunda üreteceği çıktıya potansiyel çıktı, potansiyel GSMH ya da tam istihdam GSMH'sı denir.

Potansiyel GSMH ile Fiili GSMH arasındaki farka GSMH açığı denir.

2.1. Milli Geliri Hesaplama Yöntemleri

Milli gelir hesaplamalarında bir ekonominin istihdam, büyüme ve enflasyon gibi iktisadi verilerine ulaşılması mümkündür. Milli gelir hesaplamasında kullanılan üç yöntem vardır.

a-Harcama Yöntemi

b-Üretim Yöntemi

c-Gelir Yöntemi

Üç yöntem ile de yapılan hesaplamaların ilke olarak aynı sonucu vermesi gerekir. Her yöntemde veriler farklı açıdan ele alınmaktadır. Böylelikle istatistiki olarak farklı bileşimlerle değişik verilere ulaşılabilmektedir. Bir yöntemle toplam ücret gelirleri elde edilirken, diğerinde hammadde mamul aralığında sağlanan katma değerler görülebilmektedir. Bu verilere göre üretimde etkinlik ve verimlilikle ilgili öngörülerde bulunma imkanı yaratılmaktadır. İktisat bilimi ilke olarak alıcı ve satıcı arasındaki mübadeleye göre şekillenmektedir. Her alıcı aynı zamanda bir satıcıdır. Böylelikle her unsur gelir elde eden veya gelir sağlayan rollerini kullanabilmektedir. Mikro iktisat açısından firma ve hane halkı üretimin vazgeçilmez iki tarafını oluştururken, makro iktisat da ise bu taraflar piyasayı ve ulusal hesapların ele alınmasında temel veri oluşturanlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Milli gelir hesaplamasında kullanılan yöntemleri kısaca şöyledir.

a- Harcama Yöntemi: Üretilen tüm nihai mal ve hizmetlerin piyasa değerinin toplanması

Toplam Harcamalar:

- Tüketim Harcamaları (C)
- Yatırım Harcamaları (I)
- Kamu Harcamaları (G)
- Net İhracat (X-M)

Tüketim Harcamaları (C): Belli bir dönemde üretilen ve satılan tüm mal ve hizmetler

Yatırım harcaması (I): Üretildiği halde şimdi tüketim için kullanılmayan tüm nihai mal ve hizmetleri ifade eder.

Kamu Harcamaları (G): Kamu hizmeti için yapılan harcamalardır.

Net ihracat (X-M): Dış ticaret rakamlarının etkisini ifade eder. İhracat (X) ve ithalat (M) rakamları arasındaki fark milli gelir rakamını etkilemektedir.

b-Üretim Yöntemi: Bir ekonomide kendisinin nihai çıktı üretip üretmediğine bakılmaksızın, ekonomide her sektörde nihai üretime yapılan katkılar toplanarak yapılan hesaplamadır.

c-Gelir Yöntemi: Üretim sırasında emek istihdam edilir, toprak kiralanır ve sermaye kullanılır; faktör gelirlerinin toplamını işaret eder. Gelir üretime fiilen katılma sonucu elde edilen kazançtır. Hesaplama kullanılan verilerle şöyle bir formül oluşturulabilir.

GSMH= ücret+kar+faiz+rant+dolaylı vergiler

3. TÜKETİM VE TÜKETİM FONKSİYONU

Tüketim ihtiyaçların karşılanması için yapılan ekonomik eylemlerdir. Tüketim harcamaları gelirle ilişkilendirildiğinde tüketim fonksiyonu ortaya çıkar.

Bir ülkedeki tüketim harcamaları o ülkedeki harcanabilir gelire bağlıdır. Hane halkı için tüketim harcamaları, aile fertlerinin gereksinim duydukları mal ve hizmetlerin satın alımı için yaptıkları harcamaların toplamıdır. Tüketim harcamaları öncelikle ekonomide var olan harcanabilir gelire (Y_d) bağlıdır. Harcanabilir gelirin bir kısmı harcamaya ayrılıp bir kısmı da tasarrufa ayrılır.

Harcanabilir gelir ile Tüketim harcamaları arasındaki ilişkiyi **Toplam Tüketim Fonksiyonu** ile ifade edilir.

C = Tüketim harcamaları

Y_d= Harcanabilir gelir

$$C = f(Y_d)$$

C₀ - **Otonom tüketim**: gelirin 0 olması halinde yapılacak olan harcamalardır.

c - marjinal tüketim eğilimi

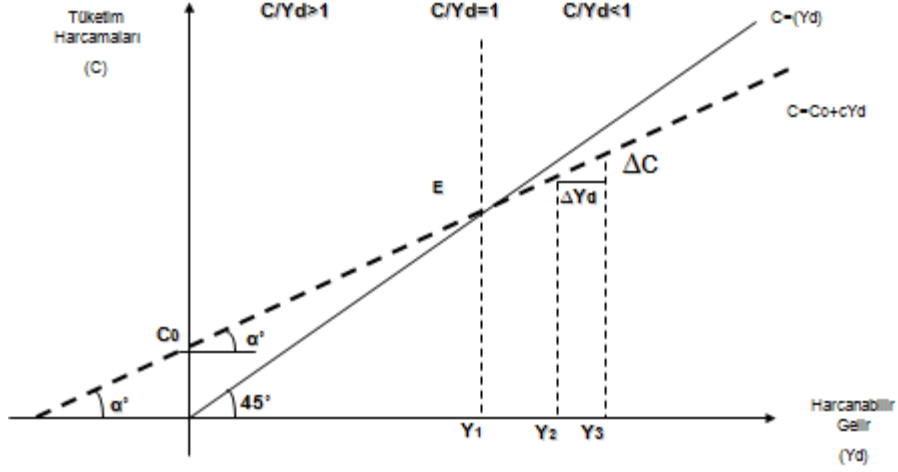
Y_d- harcanabilir kişisel gelir

$$C = C_0 + cY_d$$

Buna göre: tüketim fonksiyonu doğrusaldır.

Varsayım olarak, Gelir düzeyinin yükselmesi halinde **Marjinal Tüketim Eğilimi değişmeyecektir.**

Grafik 1:Tüketim Fonksiyonu



Kaynak:Mikro İktisat,AÖF Yay.,2014

Grafikte görüldüğü gibi, C_0 düzeyi olarak gösterilen otonom tüketim orijinden yukarı doğru olan dikey ekseninde belli bir noktaya kadar gelire bağlı olmadan yapılacak harcamaları göstermektedir. Gelirin olmadığı durumlarda bile yapılacak bu tüketim eğrisi $C=C_0+cY_d$ olarak gösterilmiştir. 45° açısıyla çizilen tüketim eğrisi; Ekonomide tüm gelirlerin harcadığını hiç tasarruf yapılmadığını gösterir.

$$C=Y_d$$

$$C=C_0+cY_d \text{ Ekonomideki tüketim eğrisidir.}$$

$0C_0$ aralığı insanların zorunlu olarak tüketim yapmak zorunda oldukları aralığı verir. Bu tüketim otonom tüketim olarak kabul edilir. Beslenme, barınma gibi tüketimlerdir.

Orijinden 45 derecelik bir açıyla çizilen eğri $C=Y_d$ ise tüm gelirin harcadığını göstermektedir. Tüm gelirin E noktasında otonom tüketim noktasından çizilen eğriyle kesiştiği nokta Y_1 gelir düzeyi gelirin harcamayı karşıladığı noktayı vermektedir. Bu noktadan sonra tasarruf eğiliminin ortaya çıktığı görülecektir. Y_1 noktasından çizilen dikey doğrunun sol tarafı negatif tasarruf alanını göstermektedir.

3.1 Tüketim harcamalarını etkileyen faktörler

Harcamalar gelire göre şekillenen bir özelliktedir. Ancak bazı harcama kalemleri gelirden bağımsız olarak yapılması zorunlu

harcamalardır. İktisat ekollerine ve düşünürlerine göre harcamanın şekillenmesinde farklı unsurlar etkilidir. Keynes'e göre kişilerin harcamalarını etkileyen faktörler iki sınıfta incelenebilir. Bunlar Sübjektif Faktörler (içsel faktörler) ve Objektif Faktörler (dışsal faktörler)dir (Dinler,2011).

a-Subjektif Faktörler (içsel)

- Yaşam tarzlarına bağlı alışkanlıklar
- Yetişme tarzına bağlı faktörler
- Beklentiler , iş kurma-çocukları okutma gibi
- Endişeler
- Faiz geliri elde etme arzusu

b-Objektif Faktörler (Dışsal)

- Gelecekteki gelir tahminleri
- Faiz haddi değişimleri
- Vergi ve para politikalarındaki değişiklikler

3.2. TÜKETİM TEORİLERİ

Tüketim harcamaları gelire bağlıdır. Bu gelirin türü hakkında 4 hipotez vardır (Dinler,2011).

a- Mutlak Gelir Hipotezi- *J.M.Keynes*

Harcanabilir gelir tüketim harcamalarını etkiler. Harcama ve Gelir arasında doğru orantı vardır. Gelirin artması tüketimi artırır. Tüketim harcamaları harcanabilir gelirin fonksiyonudur.

Harcamalar Gelir artışından daha yavaş artar. Marjinal tüketim eğiliminin az olduğu varsayılır.

b- Sürekli Gelir Hipotezi- *Milton Friedman*

Bireylerin tüketimleri sürekli gelirlerine bağlıdır. Tüketimler sürekli gelire bağlı olarak değişiklik gösterir. Sürekli gelir cari gelir kadar değişkenlik göstermez. Tüketim artış hızı cari gelir kadar olmaz.

c-Nisbi Gelir Hipotezi -*James S.Dussenberry*

Bireyler buldukları çevreye bağlı tüketim alışkanlıklarına sahiptirler. Mevcut tüketim alışkanlıklarından vazgeçmezler. Gelir artışı dışında tüketim artışı istikrarlı bir şekilde artmaya devam eder. Birey çevreyi hem etkiler hem de etkilenir(Parasız,2003).

d-Yaşam Boyu Gelir Hipotezi-*Franco Modigliani*

Tüketimler, bireylerin yaşam boyu elde etmeyi düşündükleri gelirlerin bir fonksiyonudur. Gelirin kısa dönemdeki değişimi tüketimi etkilemez. Tüketim istikrarlıdır.

3.2. TÜKETİM VE TASARRUF EĞİLİMİ

Marjinal Tüketim Eğilimi

Marjinal Tasarruf Eğilimi

3.3. HARCAMA ÇEŞİTLERİ

C-Özel Tüketim Harcamaları

G-Kamu harcamaları

I-Yatırım Harcamaları

3.4. MARJİNAL TÜKETİM EĞİLİMİ

Harcanabilir gelirdeki çok küçük bir artış halinde, tüketim harcamalarındaki artışın ne kadar olduğunu "*marjinal tüketim eğilimi*" gösterir(Yiğitbaşı,1996).

Marjinal Tüketim Eğilimi $c = (\Delta C / \Delta Y_d)$

$C=C_0+cY_d$ fonksiyonunda (c) "*marjinal tüketim eğilimi*" ifade eder.

Bir ekonomide harcanabilir gelirin ne kadarının tüketime ayrıldığını ifade eden orandır.

$$S=Y_d-C$$

$$C=C_0+cY_d$$

$$S=Y_d-(C_0+cY_d)$$

4. ÖĞRENCİ BURS ARTIŞLARININ HARCAMALARA ETKİSİNİN ARAŞTIRILMASI

4.1. SOSYAL YARDIM ÇEŞİTLERİ

Kamu harcamaları ülkelerin kalkınmışlık düzeyine bağlı olarak değişim gösterir. Sosyal yardımlar kamu harcama türlerinden transfer harcamalara girer.

Transfer harcamaları, 20.yy ortalarına doğru A.C.Pigou tarafından ortaya atılan bir kavramdır(Özen,2003). Pigou'ya göre transfer harcamaları "devlet güvenliğinin yeniden kazanımına ilişkin harcamalardır(PIGOU,1920).

Türkiye'de sosyal yardımlar Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı aracılığı ile yapılmaktadır. Bu yardımlar;

1-Aile Yardımları: gıda yardımları, yakacak yardımları,Barınma yardımlarıdır.

2-Eğitim Yardımları;Eğitim materyali yardımı,Şartlı eğitim yardımı,ücretsiz ders kitabı yardımudur.

3-Sağlık Yardımları: Tedavi destekleri, şartlı sağlık yardımlarıdır.

4-Engelli Yardımları:Engelli öğrencilerin okullarına ücretsiz taşınması,Engelli ihtiyaçları yardımudur.

5-Özel Amaçlı Yardımlar gibi çeşitli yardımlar yapılmaktadır (Dodurka,2014).

4.1.1. BURS VE KREDİ

İlgili bakanlığın dışında kredi ve burslar kredi yurtlar kurumu tarafından takip edilmektedir. Yukarıdaki yardım çeşitlerinin dışında

yüksek öğrenim öğrencilerine belirli dönemler halinde verilen katkıları vardır. Bu katkılardan geri ödemesiz olanlara burs, geri ödemesi yapılmak üzere verilenlere de kredi denir. Öğrenci katkı harcama kalemlerinden biridir. Burs ve kredi harcamaları aynı başlıkta anılsa bile aslında ikisi de birbirinden ayrı kavramlardır. Karşılıksız verilen para ile geri ödemeli olarak verilen borç para olarak birbirlerinden ayrılırlar.

Kamu harcamaları sınıflandırmalarından biride transfer harcamalarıdır. Transfer harcamaları, devletin hiçbir üretim faktörü kullanmadan sadece milli gelir'in bir kısmının ekonomi içinde yer değiştirmesine sebep olan, dolayısıyla vergi olarak sağladığı kaynakları kişilere dağıttığı harcamalara transfer harcamalar denir(Arslan,1999).

Uşak Üniversitesi öğrencilerinden bir kısmına gelirlerini, gelir kaynaklarını, harcama türlerini ve burs artışından önceki ve sonraki dönem tutarlarını yazmalarını istendi. Bu çalışmayı anket yoluyla yapıldı. Ayrıca anket çalışmasının tamamının değerlendirilmesi ve uygulanabilirliği için yapılan araştırmadan sonra anketin 100 öğrenci üzerinde uygulanmasına karar verilmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Bilgileri

Demografik Bilgiler					
		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılımcıların Yaşı	18-22	84	84.0	84.0	84.0
	23-26	16	16.0	16.0	100.0
	Toplam	100	100.0	100.0	
Bölümü	İktisat	39	39.0	39.0	39.0
	Maliye	44	44.0	44.0	83.0
	İşletme	17	17.0	17.0	100.0
	Toplam	100	100.0	100.0	
Sınıfı	2.sınıf	56	56.0	56.0	56.0
	3.sınıf	37	37.0	37.0	93.0
	4.sınıf	7	7.0	7.0	100.0
	Toplam	100	100.0	100.0	

Tablo 1’de ankete katılan öğrencilerin bölüm ve demografik durumları gösterilmiştir. Buna göre 100 öğrencinin 84’ünün 18-22 yaş arasında , 16’sının ise 23-26 yaş arasında olduğu görülmüştür. Ayrıca 39 kişinin İktisat, 44 kişinin Maliye ve 17 kişinin de İşletme bölümü öğrencisi olduğu görülmüştür. Ankete katılan öğrencilerin sınıflarına göre dağılımı

2.sınıfta okuyan 58

3.sınıfta okuyan 37
4.sınıfta okuyan 7 öğrenci bulunmaktadır.

Tablo 2: Katılımcıların Burs Kredi Bilgisi

Burs/Kredi Bilgisi					
		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kredi/Burs Alıyor Mu	Evet	100	100.0	100.0	100.0
Kredi/Burs Aldığı Kurum	Devlet Bursu/ Kredis i	100	100.0	100.0	100.0

Tablo 2’de katılımcıların tamamı devlet bursu veya devlet kredisi alanlar arasından seçildiği için devlet burs veya kredisi alanlar seçeneği 100 katılımcı üzerinden 100 olmuştur.

Tablo 3: Katılımcıların Barınma Bilgileri

Barınma Bilgisi					
		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Öğrencinin Kaldığı Yer	Aile	10	10.0	10.0	10.0
	Yurt	38	38.0	38.0	48.0
	Kira	52	52.0	52.0	100.0
	Toplam	100	100.0	100.0	

Tablo 3’de katılımcıların barınma bilgileri verilmiştir. Buna göre 10 öğrenci ailesiyle, 38 öğrenci yurttan ve 52’sinin ise kira (Ev, apart vb.)’da kaldığı tespit edilmiştir.

Tablo 4: Katılımcıların Ailesinin Gelir Bilgileri

Ailenizin Aylık Geliri				
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde

Katılımcının Ailesinin Aylık geliri	0-1000TL	32	32.0	32.3	32.3
	1001-1500TL	34	34.0	34.3	66.7
	1501-2000TL	18	18.0	18.2	84.8
	2001TL ve üzeri	15	15.0	15.2	100.0
	Toplam	99	99.0	100.0	

Tablo 4'e göre, katılımcıların 32'sinin ailesinin aylık geliri 0-1000 TL arası, 34'ünün 1001-1500 TL arası, 18'inin 1501-2000 TL arası ve 15'inin ise 2001 TL ve üzeri olduğu görülmüştür.

Tablo 5: Katılımcıların Ailesinden Aldığı Gelir Miktarı

Ailenizden Aldığınız Miktar					
		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılımcının Ailesinden Aldığı Miktar	0-300TL	71	71.0	71.0	71.0
	301-500TL	18	18.0	18.0	89.0
	501-750TL	4	4.0	4.0	93.0
	751TL ve üzeri	7	7.0	7.0	100.0
	Toplam	100	100.0	100.0	

Tablo 5'de katılımcıların 71'inin ailesinden 0-300 TL arasında, 18'inin 301-500 TL arasında, 4'ünün 501-750 TL arasında, 7'sinin ise 751 TL ve üzeri maddi destek aldığı tespit edilmiştir.

Tablo 6: Katılımcıların Aylık Burs/Kredi Miktarı

Aylık Kredi/Burs Miktarınız					
		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde

Katılımcının Aylık Burs/Kredi Miktarı	301-500TL	100	100.0	100.0	100.0
--	-----------	-----	-------	-------	-------

Tablo 6'da katılımcılar devlet bursu/kredisi alan öğrenciler üzerinden yapıldığı için birden çok seçmeli verilen seçeneklerde tüm öğrenciler 301-500 TL arasında burs aldığını belirtmiştir. Buradan öğrencilerin aldığı burs miktarının bilincinde olduğu sonucuna varılmaktadır.

Tablo 7: Katılımcıların 2016 Yılı İtibariyle Burs/Kredi Meydana Gelen Artış

2016 Yılı İtibariyle Burs/Kredi Meydana Gelen Artış Miktarı					
		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılımcının Burs/kredi miktarındaki Artış	41TL ve üzeri	100	100.0	100.0	100.0

Tablo 7'de tüm öğrencilerin 2016 yılı itibariyle burslarında meydana gelen artış miktarını doğru bildiği görülmüştür.

Tablo 8: Katılımcıların Burs Artışından Sonra Göre Barınma Giderlerinde Yaşanan Değişim

Bölümü*Barınma Çapraz Tablosu/Karşılaştırmalı Tablo					
		Barınma			Toplam
		Artış var	Değişim yok	Azalma var	
Katılımcıların Bölümü	İktisat	20	17	2	39
	Maliye	9	34	1	44
	İşletme	6	10	1	17
Toplam		35	61	4	100

Tablo 8'de 2016 yılında gerçekleşen burs artışından sonra katılımcılardan 39 iktisat bölümü öğrencisinden 20 kişi barınma harcamasında artış meydana geldiğini, 17 kişi değişim olmadığını, 2 kişi ise azalma yaşadığını belirtmiştir. 44 maliye öğrencisinden 9 kişi barınma harcamasında artış yaşadığını, 34 kişi değişim yaşamadığını, 1 kişi ise azalma meydana geldiğini belirtmiştir. 17 işletme öğrencisinden 6 kişi barınma harcamalarında artış meydana geldiğini, 10 kişi değişim yaşanmadığını ve 1 kişi ise azalma meydana geldiğini belirtmiştir.

Tablo 9: Katılımcıların Burs Artışından Sonra Beslenme Giderlerinde Yaşanan Değişim

Bölümü * Beslenme Çapraz Tablosu/Karşılaştırmalı Tablo					
		Beslenme			Toplam
		Artış var	Değişim yok	Azalma var	
Katılımcıların Bölümü	İktisat	28	9	2	39
	Maliye	13	31	0	44
	İşletme	12	5	0	17
Toplam		53	45	2	100

Tablo 9'da 39 iktisat öğrencisinden 28 kişi burs artışından sonra beslenme harcamalarında artış meydana geldiğini, 9 kişi değişim yaşamadığını ve 2 kişi ise giderlerinde azalma meydana geldiğini belirtmiştir. 44 maliye öğrencisinden 13 kişi burs artışından sonra beslenme harcamalarında artış yaşandığını, 31 kişi değişim olmadığını belirtmiştir. 17 işletme öğrencisinden 12 kişi burs artışından sonra harcamalarında artış meydana geldiğini ve 5 kişi ise değişim yaşamadığını belirtmiştir.

Tablo 10: Katılımcıların Burs Artışından Sonra Giyim Giderlerinde Yaşanan Değişim

Bölümü * Giyim Çapraz Tablosu/Karşılaştırmalı Tablo					
		Giyim			Toplam
		Artış var	Değişim yok	Azalma var	
Katılımcıların Bölümü	İktisat	24	10	5	39
	Maliye	17	27	0	44
	İşletme	10	7	0	17
Toplam		51	44	5	100

Tablo 10'da 39 iktisat bölümü öğrencisinden 24 kişi burs artışından sonra giyim harcamalarında artış meydana geldiğini, 10 kişi değişim yaşanmadığını, 5 kişi ise azalma meydana geldiğini belirtmiştir. 44 maliye öğrencisinden 17 kişi burs artışından sonra giyim harcamalarında artış meydana geldiğini, 27 kişi değişim olmadığını belirtmiştir. 17 işletme öğrencisinden 10 kişi burs artışından sonra giyim harcamalarının arttığını 7 kişi ise harcamalarında değişiklik olmadığını belirtmiştir.

Tablo 11: Katılımcıların Burs Artışından Sonra Eğitim Giderlerinde Yaşanan Değişim

Bölümü * Eğitim Çapraz Tablosu/Karşılaştırmalı Tablo					
		Eğitim			Toplam
		Artış var	Değişim yok	Azalma var	
Katılımcıların Bölümü	İktisat	17	21	1	39
	Maliye	12	32	0	44
	İşletme	5	12	0	17
Toplam		34	65	1	100

Tablo 11'da 39 iktisat bölümü öğrencisinden 17 kişi burs artışından sonra eğitim harcamalarında artış meydana geldiğini, 21 kişi değişim yaşanmadığını, 1 kişi ise azalma meydana geldiğini belirtmiştir. 44 maliye öğrencisinden 12 kişi burs artışından sonra eğitim harcamalarında artış meydana geldiğini, 32 kişi değişim olmadığını belirtmiştir. 17 işletme öğrencisinden 5 kişi burs artışından sonra eğitim harcamalarının arttığını 12 kişi ise harcamalarında değişiklik olmadığını belirtmiştir.

Tablo 12: Katılımcıların Burs Artışından Sonra Sağlık Giderlerinde Yaşanan Değişim

Bölümü * Sağlık Çapraz Tablosu/Karşılaştırmalı Tablo				
		Sağlık		Toplam
		Artış var	Değişim yok	
Katılımcıların Bölümü	İktisat	11	28	39
	Maliye	4	40	44
	İşletme	5	12	17
Toplam		20	80	100

Tablo 12'da 39 iktisat bölümü öğrencisinden 11 kişi burs artışından sonra sağlık harcamalarında artış meydana geldiğini, 28 kişi değişim yaşanmadığını belirtmiştir. 44 maliye öğrencisinden 4 kişi burs artışından sonra sağlık harcamalarında artış meydana geldiğini, 40 kişi değişim olmadığını belirtmiştir. 17 işletme öğrencisinden 5 kişi burs artışından sonra sağlık harcamalarının arttığını 12 kişi ise harcamalarında değişiklik olmadığını belirtmiştir.

Tablo 13:Katılımcıların Burs Artışından Sonra Sosyal Aktivite Giderlerinde Yaşanan Değişim

Bölümü * Sosyal Aktivite Çapraz Tablosu/Karşılaştırmalı Tablo					
		Sosyal Aktivite			Toplam
		Artış var	Değişim yok	Azalma var	
Katılımcıların Bölümü	İktisat	20	18	1	39
	Maliye	17	27	0	44
	İşletme	5	11	1	17
Toplam		42	56	2	100

Tablo 13’de 2016 yılında gerçekleşen burs artışından sonra katılımcılardan 39 iktisat bölümü öğrencisinden 20 kişi sosyal aktivite harcamalarında artış meydana geldiğini, 18 kişi değişim olmadığını, 1 kişi ise azalma yaşadığını belirtmiştir. 44 maliye öğrencisinden 9 kişi sosyal harcama aktivite harcamalarında artış yaşadığını, 34 kişi değişim yaşamadığını, 1 kişi ise azalma meydana geldiğini belirtmiştir. 17 işletme öğrencisinden 6 kişi sosyal aktivite harcamalarında artış meydana geldiğini, 10 kişi değişim yaşanmadığını ve 1 kişi ise azalma meydana geldiğini belirtmiştir.

Tablo 14:Katılımcıların Burs Artışlarıyla Bölümlerine Göre Birikimlerinde Yaşanan Değişim

Bölümü * Birikim Çapraz Tablosu/Karşılaştırmalı Tablo					
		Birikim			Toplam
		Artış var	Değişim yok	Azalma var	
Katılımcıların Bölümü	İktisat	11	26	2	39
	Maliye	7	37	0	44
	İşletme	1	16	0	17
Toplam		19	79	2	100

Tablo 14’de 2016 yılında gerçekleşen burs artışından sonra katılımcılardan 39 iktisat bölümü öğrencisinden 11 kişi birikimlerinde artış meydana geldiğini, 26 kişi değişim olmadığını, 2 kişi ise azalma yaşadığını belirtmiştir. 44 maliye öğrencisinden 9 kişi birikimlerinde artış yaşadığını, 37 kişi değişim yaşamadığını belirtmiştir. 17 işletme öğrencisinden 1 kişi birikimlerinde artış meydana geldiğini, 16 kişi değişim yaşanmadığını belirtmiştir.

Tablo 15: Katılımcıların Burs Artışından Sonra Diğer Giderlerinde Yaşanan Değişim

Bölümü * Diğer Giderler Çarpaz Tablosu/Karşılaştırmalı Tablo					
		Diğer			Toplam
		Artış var	Değişim yok	Azalma var	
Katılımcının Bölümü	İktisat	11	27	1	39
	Maliye	10	33	1	44
	İşletme	3	14	0	17
Toplam		24	74	2	100

Tablo 15’de 39 iktisat bölümü öğrencisinden 11 kişi burs artışından sonra diğer giderlerinde artış meydana geldiğini, 27 kişi değişim yaşamadığını belirtmiştir. 44 maliye öğrencisinden 10 kişi burs artışından sonra diğer giderlerinde artış meydana geldiğini, 33 kişi değişim olmadığını, 1 kişi ise azalma meydana geldiğini belirtmiştir. 17 işletme öğrencisinden 3 kişi burs artışından sonra diğer giderlerinin arttığını 14 kişi ise harcamalarında değişiklik olmadığını belirtmiştir (www.kyk.gov.tr). Türkiye’de KYK verilerine göre 2015 yılında toplam burs ve kredi alan öğrenci sayısı ve tutarları şöyledir;

Tablo 16: 2002-2015 yılları KYK Kredi Ve Burs alan öğrenci sayıları

Yıllar	Burs alan ögr.	Tutar	Öğrenim Kredisi alan ögr.	Tutar
2002				
2003			494.070	362.775.551
2004	54.724	49.348.350	522.670	533.981.848
2005	98.110	123.570.901	537.031	680.058.722
2006	135.497	204.166.695	569.276	844.550.723
2007	168.923	298.532.432	572.552	961.674.342
2008	181.490	320.822.746	578.009	1.036.282.402
2009	198.707	375.601.240	587.009	1.213.653.195
2010	234.130	525.626.851	611.903	1.355.319.840
2011	320.912	804.125.271	592.582	1.646.005.524
2012	348.774	1.021.216.946	667.293	1.942.806.159
2013	395.679	1.205.588.620	706.512	2.250.046.014
2014	359.583	1.173.467.808	865.309	2.936.490.052

2015	352.363	1.256.400.341	983.987	3.651.520.959
		7.358.468.205		19.890.828.855

Kaynak:www.kyk.gov.tr

2002 yılındaki veriler kredi yurtlar kurumu verilerinde tek başına yer almamaktadır. Bu yılki veriler 1960-2002 dönemi toplam olarak verilmiştir. Öğrenci sayısı olarak bakıldığında burs alan öğrenci sayısının kredi alanlara göre daha az olduğu görülmektedir. Bu fark oransal olarak yıllara göre burs alan öğrencilerin artması şeklinde değişmiştir. 2004 yılında burs alan öğrenci sayısı 54.724 iken 2015 yılında bu rakam 7 kat artarak 352.363 rakamına ulaşmıştır. Kredi alan öğrenci sayısı ise 522.670'ten 983.987 rakamına ulaşmıştır. Yani bu değişim yaklaşık olarak %88 oranında artış olmuştur.

Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışmada, öğrenci burslarının üniversitede okuyan öğrenci sayısına göre son derece yetersiz olduğu kanısına ulaşılmıştır. Türkiye'de yüksek öğretimde okuyan öğrenci sayısı toplam 6 milyon 737 bin yüksek öğrenim öğrencisi bulunmaktadır. Bu sayının ancak %5'lik kısmına burs ve %15'lik kısmına da kredi verilebilmektedir.

Burs ve kredi kaynağının 2015 yılı verilerine göre %37 oranında artırıldığı bilgisine göre 2016 yılı için; Burs bütçesinin 1.721.268.467 TL olması ve Kredi bütçesinin ise 5.002.583.714 TL olarak belirlendiği hesaplanabilir. 2015 yılında 352.363 öğrenciye burs, 983.987 öğrenciye öğrenim kredisi ödemesi yapılmıştır. 2003 yılından 2015 yılı sonuna kadar Kuruma müracaat eden öğrencilerden belgelerini veren başarılı ve ihtiyaç sahibi olanlar burs, kalan öğrencilere ise öğrenim kredisi verilmiştir. 2015 yılında yapılan 1.2 milyar TL burs ödemesi yapılmış olup, 2004 yılından 2015 yılı sonuna kadar öğrencilere burs olarak toplam 7.3 milyar TL ödeme yapılmıştır. 2015 yılında yapılan 3.6 milyar TL öğrenim kredisi ödemesi yapılmış olup, 1962 yılından 2015 yılı sonuna kadar öğrencilere öğrenim kredisi olarak 19.9 milyar TL ödeme yapılmıştır (www.kyk.gov.tr).

Öğrencilerin marjinal tüketim eğilimlerinin yüksek olduğu tespitiyle, gelirlerin harcamaya aktarıldığı gözlemlenmiştir. Harcanabilir gelir (Y) artışının tamamen tüketime gitmesi üretim artışını dolayısıyla ekonomik büyümeyi de olumlu etkileyecek bir sonuç doğuracaktır. Çalışma aslında bölgesel kalkınmışlık ve nüfus yapısı açısından değerlendirildiğinde belki sonuçlar da miktar olarak tasarruf eğilimine kaymada görülebilir. Ancak orta ve alt gelir sınıftaki ailelerin eğitim için ayırdıkları bütçe sınırlı olduğundan yapılan gelir artışı borçlanma yoluyla yapılan harcamaları

karşulamaktadır. Borçlanma yoluyla da kaynak tedarik edemeyen aileler için de kaynak yetersizliğini karşılamış olmaktadır. KYK resmi internet sitesi verilerine göre kredi ve burs tutarları bir önceki yıla göre yani 2015 yılına göre %37 oranında arttığı gözlenmiştir.

Bu veriler ışığında 352.363 öğrencinin 100 TL ilave gelir elde ettiği düşünülürse aylık 35 milyon tutarında bir gelir artışından söz edilebilir. Öğrenci harcamalarının aylık katkısının tamamen harcandığı varsayımıyla MG rakamları değişime uğrayacaktır.

2016 yılında devlet burs/kredilerinde meydana gelen artış 100 öğrenci üzerinde yapılan anket çalışmasına göre, 39 iktisat öğrencisinin burs miktarında meydana gelen artışı harcama kalemlerinden 28 öğrencinin katılımı ile en fazla beslenme harcamasında, 44 maliye öğrencisinin ise burs artışıyla 17 öğrencinin katılımıyla en fazla sosyal aktivite ve giyim harcamalarında ve 17 işletme öğrencisinin de burs artışıyla 12 öğrencinin katılımıyla en fazla beslenme harcamalarında artış yaşadığı tespit edilmiştir.

KAYNAKÇA

A- Yararlanılan Kitap ve Makaleler

- Arşan,Ü.,Transfer Giderleri, A.Ü.S..B.F.Yay.,C:38,No:1-2,Ankara
- AÖF Yay.,(2012), Mikro İktisat, 2012
- Dinler, Z.,(2011), İktisata Giriş,Ekin Yayınları,Bursa
- Dodurka,B.,(2014),Türkiye’de Merkezi Devlet Eliyle Yapılan Sosyal Yardımlar – Çalışma Raporu,Boğaziçi Üni.,Sosyal Politika Forumu,Araştırma Atatürk Ens.Yay.,İstanbul
- Özen,A.,(2003).Türkiye’de Transfer Harcamalarının Gelişimi ve Ekonomik Etkilerinin Değerlendirilmesi”,D.E.Ü.,Sos.Bil.Der., Cilt:5,Sayı:1,Say,205
- Ünsal,E.(2014),Mikro İktisat,Bigbang Yay.,İstanbul
- Yiğitbaşı,Ş.(1996),Mikro İktisat,AKÜ Yay.,Afyon
- Yıldırım, K.,(2011),Makro Ekonomi,Seçkin Kitapevi,İstanbul

B-Yararlanılan İnternet Siteleri

- http://yurtkur.gsb.gov.tr/Public/Edit/images/KYK/MaliDurumDenetimRaporlari/2016_kurumsal_mali_durum_beklentiler_raporu.pdf (erişim tarihi:10/11/2016)
- http://yurtkur.gsb.gov.tr/Public/Edit/images/KYK/PerformansProgramlari/2016_yili_performans_programi.pdf, (erişim tarihi:10/11/2016)
- <http://yurtkur.gsb.gov.tr/Public/Edit/images/KYK/FaaliyetRaporlari/2015-faaliyet-raporu-1.pdf>
- <http://kutuphane.aile.gov.tr>(erişim tarihi:10/11/2016)
- http://files.libertyfund.org/files/1410/Pigou_0316.pdf, A.C.PIGOU,A,The Economic of Welfare,
Erişim tarihi:15/06/2016

Eğitim Örgütlerinde Yönetişim Ölçeğinin Geliştirilmesi

Devising Governance Scale in Educational Organizations

Mehmet Said ASLAN¹

Mehmet Emin USTA²

Sedat ŐEN³

Extended Abstract

Introduction

There have been many changes on administration applications with the effect of globalization in recent years. It is obvious that centralist administration has gone through such changes including transparency, more functional and participating structure due to its incapability. New approaches like governance have emerged due to this incapability. The governance term was first used by UN and OECD and then it was used by TUSIAD in Turkey. Governance is defined as the procedures and rules that are used to affect the way of using power. There are seven principles of governance that involve all of the rules, principles and behaviors. These principles include participation, responsiveness, superiority of law, transparency, accountability, effectiveness and equality (Beyaz Kitap, 2008).

Governance is a wide concept that can be used in different areas. Generally, there are three types of governance: financial governance, political governance, and administrative governance. Governance is also a very important issue in educational institutions like schools. The partners of governance in schools involve principles, teachers, students, parents, staff and other stake holders. Governance is based on the collaboration of all of the partners. This collaboration is very crucial for improving effectiveness, competition and entrepreneurship. Malkoc (2006) stated that citizens are not only the ones who are ruled but also the partners of the governance. There are many benefits of governance in educational institutions including better

¹ Sınıf Öğretmeni, MEB, said44aslan@gmail.com

² Yrd. Doç. Dr., Harran Üniversitesi, mehmeteminusta@gmail.com

³ Yrd. Doç. Dr., Harran Üniversitesi, sedatsen06@gmail.com

Bu makale iThenticate programı ile taranmıştır.

Makale Gönderim Tarihi: 11/10/2016- Kabul Tarihi: 06/01/2017

discipline and better learning, less disagreement, and more competitive schools.

Given that governance is very important in educational organizations and it provides many benefits, it is important to measure the governance level of educational organizations. However, there is a lack of a valid instrument that can be used for this purpose. It is important to develop a scale that can be used to measure governance level of educational organizations since there is a lack of such an instrument in the literature. Main purpose of this study was to develop a valid and reliable scale that can be used to measure governance level of educational organizations. This scale can also be used to obtain information about the governance quality

Method

As the purpose of this study was to develop a governance scale, several steps were followed in order to realize this purpose. Scale development process consisted of initial item pool development, data collection, validation, and reliability examinations. Firstly, 67 items were created using previous scales and literature on governance structure. The initial scale was assessed by experts in order to refine this 67-item item pool. Necessary changes were made based on expert suggestions. After finalizing the first version of the scale, data collection process was applied. Participants were the teachers and administrators working in public and private schools ($N = 550$) located in the central provinces of Sanliurfa city (Eyyübiye, Haliliye and Karaköprü). Data were collected from 550 teachers who were working in 43 schools. Psychometric characteristics of the scale were examined as the next step. Validity of the scale was examined using exploratory factor analysis (EFA) and reliability analyses were applied with Cronbach alpha internal consistency method.

Results

Exploratory factor analysis was used to examine the factorial structure of 67-item scale. Based on the first EFA results, the number of factors was determined to be four. In addition, eleven items (Items 7, 8, 9, 28, 29, 33, 40, 41, 42, 45, 46, 48 and 49) were removed from the initial scale due to low factor loadings on all of the factors and high cross-loadings ($>.40$) on more than two factors at the same time. The response scale for the final 54-item measure was a five-point Likert scale. After removing the eleven items from the scale, another EFA was applied by setting number of factors to be four. Based on the second factor analysis results, the relations between four factors and items loaded on these factors were used to label these factors.

The four factors were labeled as “Participation”, “Accountability”, “Superiority of law”, and “Equality”. Reliability of the final 54-item scale were examined using Cronbach alpha. Cronbach alpha internal consistency coefficient was calculated as .98 for the whole scale. Four sub-factors had high Cronbach alpha values. Cronbach alpha internal consistency values were found to be .98, .97, .91, and .92 for Participation, Accountability, Superiority of law and Equality factors, respectively. As a result, the scale appeared to have enough reliability and validity properties.

Conclusion

Changes in administration area have increased rapidly in recent years. These changes can be seen in all institutions. It is inevitable that schools are also effected from these changes as well as other institutions. The shift from traditional administration to governance is called “governing together” in schools. This new administration style has been applied in schools under the concept of governing together. School institutions where qualified and productive people are being educated are among the most important institutions. Schools need to embrace more participating and transparent administration mentality. This new administration style can be different in every school. The level of governance should be measured in school environment. Thus, a governance scale was developed in this study to measure the governance level of public and private schools. Psychometric characteristics of the scale was examined using Cronbach alpha and exploratory factor analysis. Evidence for reliability and validity properties seemed to be enough but can be developed using further studies. For example, confirmatory factor analysis approach can be used to find further evidence for validity of this scale using another sample. Four factors have been explored under the items of governance scale in this study. The factors found in this study were consistent with the good governance scale of Izgar (2015). Given that the governance scale had enough reliability and validity characteristics, this scale is suggested for researchers who study on governance in educational organizations.

EĞİTİM ÖRGÜTLERİNDE YÖNETİŞİM ÖLÇEĞİNİN GELİŞTİRİLMESİ

Özet

Bu çalışmanın amacı eğitim örgütlerinin yönetim düzeylerini ölçebilmek için geçerli ve güvenilir bir ölçek (Eğitim Örgütlerinde Yönetişim Ölçeği) geliştirmektir. Taslak ölçek, geliştirme aşamasında uzman görüşlerine sunulmuştur. 5'li Likert tipinde hazırlanmış ölçek, Şanlıurfa merkez ilçelerinin (Eyyübiye, Haliliye ve Karaköprü) özel ve devlet okullarında çalışan öğretmen ve yöneticilerine (N=503) uygulanmıştır. Pilot çalışması yapılan ölçeğin son haline karar verirken ve yapı geçerliğini sağlarken açılımlı faktör analizi kullanılmıştır. Güvenirlilik analizleri için hesaplanan Cronbach Alfa iç tutarlık katsayısı .98 bulunmuştur. Analizler sonucunda ölçeğin son hali dört alt faktör (Katılım:.98, Hesap Verebilirlik:.97, Hukukun Üstünlüğü:.91 ve Eşitlik:.92) ve 54 maddeden oluşmuştur. Sonuç olarak ölçeğin, yapılan analizlere göre 54 maddeden oluşan Eğitim Örgütlerinde Yönetişim Ölçeği yeterli geçerlik ve güvenilirlik özelliklerine sahip olduğu gösterilmiştir. Bu ölçeğin araştırmacılar tarafından eğitim örgütlerinde yönetim alanında kullanılması tavsiye edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yönetişim, eğitim örgütleri, yönetim ölçeği, ölçek geliştirme

Abstract

The purpose of this study is to develop a valid and reliable scale that can be used to measure governance level of educational organizations. Initial scale was presented to expert opinions during development. The response scale for the final 54-item measure was a five-point Likert scale. Participants were the teachers and administrators working in public and private schools (N = 503) located in the central provinces of Sanliurfa city (Eyyübiye, Haliliye and Karaköprü). Reliability and validity of the final 54-item scale were examined using Cronbach alpha and factor analysis, respectively. Cronbach alpha internal consistency coefficient was calculated as .98. Based on factor analysis, scale seemed to consist of four sub-factors. As a result, the scale appeared to have enough reliability and validity properties. Thus, this scale is suggested for researchers who study on governance in educational organizations.

Key Words: Governance, educational organizations, governance scale, scale development

1.Giriş

Günümüzde küreselleşmenin etkisiyle yönetim anlayışının büyük oranda değişime uğradığını söylemek mümkündür. Merkeziyetçi yönetim anlayışının gittikçe kapalıktan şeffaflığa, işlevsel yapıya ve katılımcı bir yapının oluşmasına kadar birçok alanda önemli değişiklikler geçirdiği muhakkaktır. Okul müdürleri ve diğer paydaşlar, demokratik bir yaklaşımı, netice veren tüm unsurların değerlendirmesini ve planlamasını yapmalıdır. Demokratik biçimde işleyen bir okul sadece öğrencilerini demokratik vatandaşlar olarak hazırlamakla yetinmemelidir.

Memduhoğlu'na (2010) göre nitelikli ve üretici insan yetiştiren eğitim kurumları; bilginin üretildiği, yayıldığı, çeşitli yöntemlerle araştırmaların yapıldığı, insanın, toplumun ve ülkenin geleceğinin inşa edildiği en önemli örgütlerdir. Eğitim kurumları, toplumun ihtiyaçlarını karşılayacak bilginin üretilmesi, yayılması ve bilgiye erişim yöntemlerinin değişmesinin bir sonucu olarak kurumsal işleyiş bağlamında gerekli olan değişim ve yenilenmeyi gerçekleştirmek zorundadır. Eğitim kurumları genel anlamda oluşturan şu öğelerden oluşmaktadır: Öğretmenler, yöneticiler, yardımcı hizmetler sınıfı personeli, veli ve öğrenciler. Yönetişim özelliklerinin okullara girmesini sağlamakla öncelikli görevli olan kişi okul yöneticisidir. Okulu olması gereken yere gelmesini sağlayacaklar ise tüm paydaşlardır. Okul yöneticisi, okul içi ve okul dışı tüm unsurları doğru tespit ederek bunları eğitim-öğretim hizmetlerinin yararına yönlendirmelidir. Okul yöneticisi, kurumu için doğru hedefler tayin edebilen, diyalog ve etkileşime dayalı yönetimi benimseyen ve hesap verebilirliği önemseyen biri olmalıdır. Yukarıdaki bilgilerden de anlaşılacağı üzere yönetim, toplumla birlikte onun bir alt sistemi olan okulu da etkileyen yeni bir yönetsel yaklaşımı ifade etmektedir.

2.Yönetişim Kavramı

Yönetim uygulamalarının yetersiz kalması, yönetimde yeni arayışları doğurmuştur. Yeni gelişmeler ve uygulamalar ile birlikte yönetim kavramı ortaya çıkmıştır. Yönetişim terimi OECD (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü) ve Birleşmiş Milletler tarafından kullanılmaya başlanmış, daha sonra çeşitli toplantılarda kullanılması ile birlikte önemli bir düzeye getirilmiştir. Bu kavram 2000 yılında "AB Yolunda İyi Yönetişim" adlı toplantıyla TÜSİAD, OECD, DB ve AB'nin ortak görüşleri ile birlikte Türkiye'nin gündemine girmiştir (Devlet Planlama Teşkilatı, 2000, s:28).

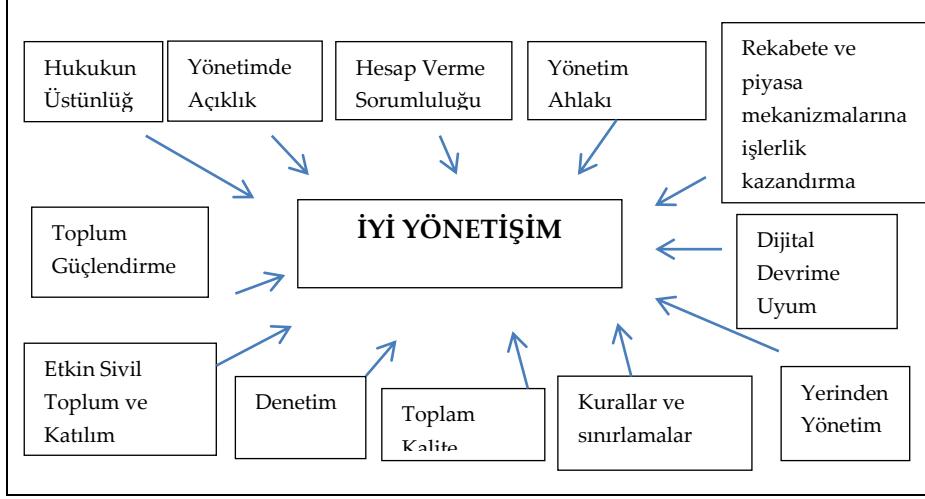
3.Yönetişim Türleri

Yönetişim bir ülkenin ekonomisi, eğitimi ve sağlığı gibi birçok alanda yönetimle ilgili işlerin yönetilenlerle birlikte yürütülmesini sağlar. Bu bağlamda yönetişimi iktisadi yönetim, siyasi yönetim ve idari yönetim olmak üzere üçe ayırmak mümkündür (HABİTAT II, 2000). Burada genel sınıflandırmalardan çok, konuyla ilgili literatürde sıkça yer bulan kamu yönetişimi, küresel yönetim ve iyi yönetişime değinilecektir.

Küresel anlamda yeni yönetim yaklaşımı arayışları ortaya çıkmaya başlamıştır. Gündeme hızla giren küresel yönetim, mevcut yönetim yaklaşımlarına alternatif yönetimde yeni anlayışlara kapı aralamıştır. Yönetimin yeni şekillerini gösteren yönetim kavramının, kamu ve özel sektörde geleneksel olmayan yönetimde somutlaştığını görmek mümkündür. Bununla birlikte küresel yönetim, ulus devletlerin yönetme kapasitelerini aşarak kâr amacı olmayan sivil toplum kuruluşları ile devlet arasındaki işbirliğini analiz etmiştir (Özdek, 1999).

Çağdaş toplumlarda kamu yönetişimi, toplumun yönetim ile ilgili denetiminden çok, paydaşlardan kaynaklanan etkileşime dayalı bir yönetim sistemini öngörmektedir. Dünyada yaşanan büyük değişimle birlikte, kamu yönetimi alanında yeni yaklaşımlar gerekli hale gelmiştir (Şaylan, 2000). Kamu yönetişimi yönetimde etkinlik ve verimliliğin ötesine gidilmesini istemektedir. Kamuda ticari kurallar ile birlikte kanuna uygun davranmak önde gelen hedefler arasında yer almaktadır. Kamu yönetişiminde sosyal ve politik unsurlar arasındaki iletişim ağı oldukça önemlidir.

İyi yönetim devlet yönetiminde katılımı, etkin bir sivil toplumu, hukukun üstünlüğünü, yönetimde açıklığı, rekabet ve piyasa ekonomisini ve hizmet sunum yöntemlerini ifade etmektedir. İyi yönetim ile ilgili unsurlar Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1: İyi Yönetimin Temel Özellikleri ve Başlıca Unsurları (Aktan, 2003).

Şekil 1’de görüldüğü gibi iyi yönetimin temel özellikleri ideal bir devlet yönetiminde olması gereken ilkelerdir. Bu ilkeleri kısaca aşağıda sıralayabiliriz (Aktan, 2003):

- Devlet sosyal sözleşmeyi esas alan bir kurum olmalıdır.
- Devletin yetkisi yasama, yürütme ve yargı organları arasında dağıtılmalıdır.
- Devletin yetkisi, yerel yönetimlere ve diğer devlet birimlerine aktarılmalıdır.
- Devletin yetkisinin sınırları anayasa ile belirlenmelidir.
- Devlet, halk egemenliğine dayalı bir kurum olmalıdır.
- Devletin ekonomiye müdahalesi, yerinde ve sınırlı düzeyde olmalıdır.
- Devlet yönetiminde şeffaflık sağlanmalıdır.
- Devlet, eşitlik ilkesinin uygulama alanlarını artırmalıdır.
- Devlet, uluslararası ilişkilere önem veren ve dünyadaki ekonomik gelişmelerden haberdar olan bir kurum olmalıdır.
- Devlet yönetiminde liyakat sistemi geçerli olmalıdır.
- Devlet, katılıma dayalı bir kurum olmalıdır.

- Devlet yönetiminde kaliteyi artırmak amacıyla toplam kalite yönetiminin benimsenmesi ve uygulanması gereklidir.

4.Yönetişim İlkeleri

Yönetişim, gücün kullanılış biçimini etkileyen kurallar ve süreçler olarak tanımlanmıştır. Bütün kural, süreç ve davranışları kapsayan iyi yönetim ilkeleri bulunmaktadır. İyi yönetişimin temeli yedi ilkedен oluşmaktadır. Bunları katılımcılık, cevap verebilirlik, hukukun üstünlüğü, şeffaflık, hesap verebilirlik, etkinlik ve eşitlik olarak sıralamak mümkündür (Beyaz Kitap, 2008). Bu ilkelere kısaca değinmekte yarar vardır. Katılım ilkesi yönetişimin en önemli özelliklerinden birisidir. Yönetişimi katılımdan ayrı düşünmek mümkün değildir. Katılım, vatandaşların doğrudan veya kendilerini temsil eden kurumlar aracılığıyla karar alma süreçlerinde aktif rol üstlenmesidir (Memduhoğlu, 2010). Cevap verebilirlik vatandaşların, kamu yönetiminde çalışanlar tarafından dinlenmeleri ve sorunlarına çözüm üretilmesidir. Cevap veren yönetim anlayışının özünde vatandaş hakkı gelir. Vatandaş olarak hareket edenlerin yönetime dair kaygı göstermesi ve diğer bireylerle olan ilişkilerinde sorumluluk alması gerekmektedir (Güler, 2003a).

Hukukun üstünlüğü, tüm örgütlerin yasalara göre hareket etmelerini gerektirmektedir (Maliye Bak., 2003). Devletin devamı için hukuk, en temel unsurlardan birisidir. Örgütlerin hukuk dışına çıkmaması yönetimin eylem ve işlemlerinin hukuka uygun olduğunu ifade eder (Ofloğlu, 2006). Yönetişimin unsurlarını birbirinden bağımsız düşünmek mümkün değildir. Şeffaflık katılımı yakından ilişkilidir (Duman, 2006). Aynı zamanda şeffaflık ve hesap verebilirlik arasındaki etkileşim oldukça kuvvetlidir. Yönetimde şeffaflığı sağlayabilmek için açık ve şeffaf politikalara gereksinim vardır (Yıldırım, 2004). Hesap verebilirlik, yönetimde ve yönetim uygulamalarında oldukça önemli bir kavramdır. Bu kavram, yöneticilerden görevlerini yapmalarını ve standartlara uymalarını istemektedir. Ayrıca hesap verebilirliğin başka bir anlamı da, yöneticilerin tüm paydaşlara hizmet etme gerekliliğidir (Samsun, 2003).

Etkinlik, sonuca ulaşmak için gösterilen başarı olarak kabul edilmektedir. Etkinlik, belli düzeydeki bir ürünün, en az girdi ile elde edilmesi ve maksimum çıktının sağlanmasıdır. (Başbakanlık: Genel Gerekeçe, 2003). Yönetişimin belirgin özelliklerinden birisi kamu yönetiminin etkili ve

verimli işlemlerini sağlamaktır. Eşitlik, tüm yurttaşların refah seviyelerini korumak ve mümkünse geliştirmek amacıyla olan bir iyi yönetim ilkesidir. Eşitlik kavramı, günlük hayatta olayların, tarafsız ve adil değerlendirilmesi olarak tanımlanabilir. Bu tanımdan yola çıkılarak yönetimin, ortak hedefler etrafında herkesi birleştiren bir yönünün olduğunu kabul etmek gerekmektedir (Aşkın, 2003). Bu bağlamda eğitim örgütlerinde yönetim uygulamalarını artırmak gerekmektedir. Eğitim örgütlerinde yönetimden aşağıdaki gibi bahsedilebilir.

5.Eğitim Örgütlerinde Yönetişim

Okul liderlerinin önem vermeleri gereken birçok etken vardır. Bunları mevzuat, öğretim programı, öğrenciler, maddi kaynaklar ve rekabet şeklinde sıralamak mümkündür. Günümüzde bir okul müdürü, çok sayıda paydaşın etkileşimine dayalı sistemler içinde çalışmalıdır. Okul yönetimi, insan hakları değerlerinin güçlendirilmesi için tüm paydaşların karar aşamasına dâhil edilmesini öngörmektedir. Eğitim örgütlerinde yönetime katılım tüm paydaşlar tarafından sağlanmaktadır. Okulda yönetimin paydaşları müdür, öğretmen, öğrenci, veli, personel ve dış paydaşlardır. Yönetişimle devlet yönetiminde temsilin, katılımın ve denetimin daha iyi olduğu kabul edilmektedir. Yönetişimde birçok konuda tüm paydaşların ortak hareket etmesi esas alınmıştır. Bu durum verimlilik, rekabet ve girişimciliğin gelişmesini sağlamak için çok önemlidir. Malkoç (2006) vatandaşların yönetilenler değil, paydaşlar olduklarını belirtmektedir. Eğitim örgütlerinde yönetişimin birçok faydalarından bazıları şunlardır:

- Disiplini geliştirir
- Öğrenmeyi geliştirir
- Fikir ayrılığını azaltır
- Okulu daha rekabetçi hale getirir.

6.Yönetişimin Kapsamı ve Sınırları

Yönetişim kavramı, hiyerarşinin esnek olduğu bir yönetim şeklini kapsamaktadır. Bu modelde paydaşların tek taraflı yönlendirilmelerinden çok bir etkileşim ve işbirliği süreci mevcuttur. Ancak bu yaklaşıma

yöneltilen eleştirilerin sayısı azımsanmayacak kadar fazladır. İlk olarak, yönetim sürecinde hükümetin hükümet dışı kişi ve kuruluşların katılımını sağlamasıdır. Ancak bu niteliği ile hükümet etmede belirli zaafaların ortaya çıktığı kabul edilir. Ayrıca bu modelin vatandaşlar arasında ortaya çıkabilecek anlaşmazlıklara nasıl tepki vereceği tartışma konusudur (Yüksel, 2001).

Yönetişim yaklaşımı katılımcı ama aynı zamanda demokratik olmayan bir model olarak da ele alınmaktadır. Bu görüşe göre yönetim, devlet mekanizmalarında çeşitli unsurların yer alması ile katılımı temsil etmektedir. Sivil toplum kuruluşları ise sermaye tabanlı kurumlar olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda sermayenin toplumu tam manasıyla temsil edemediği görüşü yönetime yöneltilen eleştiriler arasında yer almaktadır (Güler, 2003b).

7.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı, eğitim örgütlerinin yönetim düzeylerini ölçebilecek geçerli ve güvenilir bir "*Eğitim Örgütlerinde Yönetişim Ölçeği*" geliştirmektir. Bu araştırma, özel ve devlet okullarının yönetim özelliklerine sahip olma düzeylerini ölçmeye yarayan geçerli ve güvenilir bir ölçek geliştirilmesi bağlamında oldukça önemlidir. Buna göre eğitim örgütlerinde yönetim özelliklerinin ne düzeyde uygulandığının araştırılması, yönetim kalitesi hakkında bilgi sahibi olunması ve eğitim örgütleri içinde özel ve devlet okullarının yönetim özelliklerine sahip olma düzeylerinin tespit edilmesini sağlamak için Eğitim Örgütlerinde Yönetişim Ölçeğini geliştirmenin önemli olduğuna karar verilmiştir.

7.1.Yöntem

Bu bölümde, çalışmaya ilişkin evren ve örneklem, ölçeğin geliştirilmesi ve verilerin analizinde kullanılan istatistiksel teknikler yer almaktadır. Bu çalışmada Eğitim Örgütlerinde Yönetişim düzeyini ölçmek amacıyla bir ölçek geliştirilmeye çalışılmıştır. Totan vd. (2014)'te belirtilen

ölçek geliştirme adımları dikkate alınarak ölçeğin son haline karar verilmiştir. Ölçek geliştirmede temel olarak madde havuzu oluşturma, kapsam geçerliği sağlama ve ölçeğin taslak halini oluşturma, ön uygulama yapma ve geçerlik-güvenirlik özelliklerini de içeren ölçeğin son haline karar verme gibi süreçler takip edilir.

7.2.Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini 2013-2014 eğitim-öğretim yılında Şanlıurfa ili merkez ilçelerinde (Eyyübiye, Haliliye ve Karaköprü) bulunan MEB' e bağlı toplam 590 özel ve devlet okulunda görev yapan 10.098 öğretmen ve 770 yönetici oluşturmaktadır. Araştırmada basit seçkisiz örnekleme tekniğiyle okul seçilmiştir. Araştırmanın örneklemini ise toplam 43 okulda çalışan 503 öğretmen ve yönetici oluşturmaktadır. Araştırmanın evreni, örnekleme ve katılımcıların demografik yapılarına ilişkin bilgiler aşağıdaki tablo 1, tablo 2 ve tablo 3' te gösterilmiştir.

Tablo 1. *Araştırmanın Evrenine İlişkin Bilgiler*

İlçe	Okul Türü	Okul Sayısı	Öğretmen Sayısı	Yönetici Sayısı	Toplam Öğretmen ve Yönetici Sayısı
Eyyübiye	Özel	-	-	-	-
	Devlet	231	3.524	263	3.787
Haliliye	Özel	12	245	18	263
	Devlet	198	4.250	311	4.561
Karaköprü	Özel	21	394	31	425
	Devlet	128	1.685	147	1.832

Toplam	590	10.098	770	10.868
---------------	------------	---------------	------------	---------------

Tablo 2. Araştırmanın Örnekleme İlişkin Bilgiler

İlçe	Okul Kademesi	Anket dağıtılan okul sayısı	Dağıtılan anket sayısı	Dönen anket sayısı	Anketlerin dönüş oranı (%)
Eyyübiye	İlkokul	7	80	74	92,5
	Ortaokul	7	70	63	90
	Lise	4	60	54	90
	Toplam	18	210	191	90,9
Haliliye	İlkokul	4	60	55	91,6
	Ortaokul	3	40	37	92,5
	Lise	5	80	76	95
	Toplam	12	180	168	93,3
Karaköprü	İlkokul	4	50	47	94
	Ortaokul	4	50	45	90
	Lise	5	60	52	86,6
	Toplam	13	160	144	90
Toplam		43	550	503	91,4

Tablo 3. Katılımcılara Ait Kişisel Bilgiler

Kişisel Bilgiler	Değişkenler	N	Yüzde(%)
Cinsiyet	Kadın	205	40,8
	Erkek	298	59,2
Yaş	30 ve altı	223	44,3
	31-40 yaş arası	230	45,7
	41-50 yaş arası	34	6,8
	51 ve üzeri	16	3,2
Medeni Durum	Evli	346	68,8
	Bekâr	157	31,2
Görev yapılan okul kademesi	İlkokul	181	36,0
	Ortaokul	137	27,2
	Lise	185	36,8

Görev Yapılan Lise Türü	0 (ilk-ortaokul)	318	63,2
	Fen Lisesi	22	4,6
	Sosyal Bilimler Lisesi	0	0
	Anadolu Öğretmen Lisesi	13	2,6
	Anadolu Lisesi	57	11,3
	Genel Lise	4	0,8
	Meslek Lisesi	66	13,1
	Diğer Liseler	22	4,4
Okuldaki öğretmen sayısı	1-20	74	14,7
	21-40	227	45,1
	41-60	93	18,5
	61 ve üzeri	109	21,7
Okul türü	Devlet	369	73,4
	Özel	134	26,6
Branş	Anaokulu Öğretmeni	22	4,4
	Sınıf Öğretmeni	161	32,0
	Branş Öğretmeni	320	63,6
Branşınızın ilgili olduğu alan	0 (Branş dışı)	183	36,4
	Fen Bilimleri	66	13,1
	Sosyal Bilimler	69	13,7
	Türkçe ve Matematik	101	20,1
	Yabancı dil	46	9,1
	Özel Yetenek	38	7,6
Görev	Okul Yöneticisi	39	7,8
	Öğretmen	464	92,2
Yöneticilikte kaçınıcı yılınız?	0 (Öğretmen)	464	92,2
	0-5 yıl	14	3,0
	6-10 yıl	16	3,2
	11-19 yıl	7	1,4
	20 yıl ve üzeri	1	0,2
Mesleki Kıdem	0-5 yıl	206	41,0
	6-10 yıl	163	32,3
	11-19 yıl	108	21,5
	20 yıl ve üzeri	26	5,2
Bulduğunuz Okulda Geçirdiğiniz Süre	0-5 yıl	447	88,9
	6-10 yıl	45	8,9
	11-20 yıl	11	2,2
	21 yıl ve üzeri	0	0
Herhangi bir sendikaya üyelik	Evet	232	46,1
	Hayır	271	53,9

8. Eğitim Örgütlerinde Yönetişim Ölçeğinin Geliştirilmesi

Eğitim Örgütlerinde Yönetişim Ölçeği, özel ve devlet okullarının yönetim özelliklerine sahip olma düzeylerini ölçmek amacıyla geliştirilmiş olup taslak olarak 67 maddeden oluşturulmuştur. Yapılan ölçek geliştirme analizleri sonucu 54 maddeden oluşan 5'li Likert tipinde bir ölçek üzerinde karar kılınmıştır. Ölçeğin geliştirilmesi ile ilgili olarak aşağıda belirtilen yöntem ve teknikler uygulanmıştır. Ölçme aracını geliştirmedeki ilk aşamada, yönetim ve yönetim kapsamında yer alan yazılı kaynaklar ve alan yazındaki ölçekler incelenmiştir. İncelenen kaynak ve bilgilerden yararlanılarak eğitim örgütlerinde yönetime ilişkin 67 ifadeden oluşan madde havuzu oluşturulmuştur.

Ölçeğin kapsam geçerliğini tespit etmek için önceden belirlenen 67 madde dört uzmanın (üçü alan uzmanı ve biri ölçme değerlendirme uzmanı) görüşüne sunulmuştur. Bazı maddeler, uzman önerileri doğrultusunda değiştirilmiş ve bir takım düzenlemeler yapılmıştır. Uzman görüşü sonucu, ölçeği oluşturan 67 madde Likert tipi dereceleme ölçeği halinde yazılmış ve "hiç katılmıyorum", "biraz katılıyorum", "orta derecede katılıyorum", "çok katılıyorum" ve "tamamen katılıyorum" olmak üzere 5 basamak olarak belirlenmiştir. Taslak ölçme aracına, ölçeğin uygulanış amacını ve nasıl doldurulacağını gösteren bir açıklama eklenmiştir. 67 maddeden oluşan ölçek, çoğaltılarak özel ve devlet ilkökul, ortaokul ve liselerde görev yapan 503 öğretmen ve yöneticiye dağıtılmıştır. Bu kapsamda ölçek geliştirme çalışması, geri dönüşü yapılan 503 form üzerinden gerçekleştirilmiştir.

8.1. Veri Analizi

Eğitim Örgütlerinde Yönetişim Ölçeğinin yapı geçerliğinin sağlanması amacıyla ilk olarak ölçek geliştirmede en çok kullanılan yöntemlerden biri olan açımlayıcı faktör analizinden yararlanılmıştır. Faktörleri belirlemek amacıyla maksimum olabilirlik yöntemi kullanılmıştır. Ölçeğin faktör analizine geçilmeden önce verilerin faktör analizine uygunluğunu belirlemek amacıyla ilk etapta ölçekte bulunan 67 madde üzerinde KMO değeri (.98) hesaplanmıştır. Buna ek olarak Bartlett'in Küresellik Testi yapılmıştır ve 0.05 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Güvenirliğin belirlenmesi için ise Cronbach alfa güvenirlilik katsayısı hesaplanmıştır. Bu analiz 503 öğretmen ve yönetici üzerinde yapılan

uygulamadan elde edilen verilerin SPSS 16.0 programında çözümlenmesiyle yapılmıştır. Verilerin çözümlenmesinde, öğretmen ve yöneticilerin verdikleri yanıtların puanlarını hesaplamak amacıyla ankette yer alan maddeler beşli Likert tipi olarak derecelendirilmiştir. Değerlendirme ölçeğinin puan aralığının hesaplanmasında Puan aralığı = (En yüksek değer - En düşük değer) / 5 yani $(5-1=4) / 5 = 0.80$ katsayısı esas alınmıştır.

8.2. Eğitim Örgütlerinde Yönetişim Ölçeğinin Faktör Analizi

Faktör analizi yaparken en önemli nokta ölçekte kaç tane faktör (yapı) olduğuna karar vermektir. Bunun için literatürde farklı yöntemler önerilmektedir. Bunların başında özdeğerlerin 1'den büyük olması, açıklanan varyansın % 65 üstü olması ve çizgi grafiği (scree plot) gelmektedir. Bu çalışmada faktör sayısına bu yöntemlere bakılarak karar verilmiştir. Burada varimax dik döndürme yöntemi kullanılmıştır. İlk faktör analizi sonucunda 4 tane faktörün öz değeri 1'den büyük olduğu görülmüştür (40,27, 2,56, 1,69 ve 1,09). Ayrıca açıklanan varyansa bakıldığında bu dört faktörün toplam varyansın % 68,75'ni açıkladığı görülmüştür. Son olarak çizgi grafiğine bakılmıştır. Çizgi grafiği bir tane dominant faktör olduğunu göstermiştir. Bu bulgular ışığında ölçeğimizin ilk faktör analizi sonuçlarına göre dört faktör içerdiğine karar verilmiştir. Dört faktörlü yapıya karar verdikten sonra bu faktörlerle eşleşen maddeler incelenmiş ve sorunlu maddeler ölçekten çıkarılmıştır.

9. Bulgular

Sorunlu maddeler birden fazla faktöre 0.40'tan yüksek değerlerle yüklenen ya da hiçbir faktörle yüksek yük değerine sahip olmayan maddelerdir (Büyüköztürk, 2003). Bu kriterlere dayanarak 67 maddelik ölçekten 13 madde çıkarılmıştır (7, 8, 9, 28, 29, 33, 40, 41, 42, 45, 46, 48 ve 49). Geriye kalan 54 madde ile tekrar açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Bu maddelerin ilgili oldukları faktörlerle aralarındaki yükler Tablo 2'de verilmiştir. Faktörler ve maddeler arasındaki ilişkiye bakılarak her faktöre bir isim verilmiştir. Bu bağlamda birinci faktör için "Katılım", ikinci faktör için "Hesap verebilirlik", üçüncü faktör için "Hukukun üstünlüğü" ve dördüncü faktör için "Eşitlik" isimlerinin verilmesi uygun görülmüştür.

Tablo 4. Eğitim Örgütlerinde Yönetişim Ölçeğinin Asal Eksenlere Göre Döndürülmüş Temel Bileşenler Analiz Yöntemindeki Maddelerin Faktör Yük Değerleri

Faktör 1		Faktör 2		Faktör 3		Faktör 4	
Madde No	Faktör Yükü	Madde No	Faktör Yükü	Madde No	Faktör Yükü	Madde No	Faktör Yükü
S10	.527	S43	.530	S1	.693	S50	.565
S11	.645	S44	.537	S2	.701	S51	.645
S12	.678	S47	.511	S3	.689	S52	.668
S13	.749	S56	.569	S4	.642	S53	.639
S14	.667	S57	.601	S5	.632	S54	.563
S15	.648	S58	.636	S6	.679	S55	.515
S16	.627	S59	.577				
S17	.538	S60	.551				
S18	.639	S61	.581				
S19	.694	S62	.617				
S20	.632	S63	.700				
S21	.623	S64	.678				
S22	.725	S65	.654				
S23	.638	S66	.600				
S24	.518	S67	.535				
S25	.635						
S26	.602						
S27	.573						
S30	.552						

S31	.559
S32	.842
S34	.656
S35	.592
S36	.662
S37	.591
S38	.446
S39	.573

Tablo 4'te görüldüğü gibi Yönetişim Ölçeğini oluşturan maddelerin döndürme işleminin sonunda faktör yük değerlerinin .446 ile .842 arasında olduğu görülmektedir. Alt bölümlerden oluşan faktörlerin madde faktör yük değerlerine ayrı ayrı bakıldığında; faktör yük değerlerinin birinci faktörde .446 ile .842, ikinci faktörde .511 ile .700, üçüncü faktörde .632 ile .693 ve dördüncü faktörde .515 ile .668 arasında değiştiği görülmektedir. Eğitim Örgütlerinde Yönetişim Ölçeğinde yer alan maddelerin ayırt ediciliklerini belirlemek amacıyla madde toplam korelasyonları ve açıklanan varyansları incelenmiştir. Madde toplam korelasyonu ve açıklanan varyans oranlarına ilişkin değerler Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Eğitim Örgütlerinde Yönetişim Ölçeğine Yönelik Açıklanan Varyans Oranları, Madde Toplam Korelasyonu ve Güvenirlilik Katsayıları

Madde No	Varyans	Madde-Toplam Korelasyonu	Madde No	Varyans	Madde-Toplam Korelasyonu
S1	181.29	.662	S35	181.61	.735
S2	181.15	.697	S36	181.93	.685
S3	181.15	.747	S37	181.05	.665
S4	181.13	.730	S38	181.35	.689

M.S. ASLAN& M.E. USTA& S. ŞEN 108

S5	181.24	.772	S39	181.50	.808
S6	181.14	.769	S43	181.47	.812
S10	181.49	.672	S44	181.47	.816
S11	181.56	.688	S47	181.44	.819
S12	181.58	.794	S50	181.26	.752
S13	181.96	.704	S51	181.16	.684
S14	181.43	.772	S52	181.26	.771
S15	181.54	.787	S53	181.31	.795
S16	181.52	.706	S54	181.33	.770
S17	181.62	.609	S55	181.20	.681
S18	181.47	.740	S56	181.72	.737
S19	181.55	.755	S57	181.60	.779
S20	181.39	.788	S58	181.49	.807
S21	181.75	.717	S50	181.44	.841
S22	181.09	.654	S60	181.47	.818
S23	181.65	.806	S61	181.56	.826
S24	181.52	.800	S62	181.52	.827
S25	181.52	.797	S63	181.57	.834
S26	181.56	.802	S64	181.48	.817
S27	181.43	.753	S65	181.48	.822
S30	181.41	.835	S66	181.44	.834
S31	181.40	.687	S67	181.31	.784
S32	181.50	.840			
S34	181.98	.698			

Tablo 5 incelendiğinde, ölçekteki madde toplam test korelasyon değerlerinin .609 ile .840 arasında değiştiği görülmektedir. Madde toplam korelasyon değeri .40'dan yüksek olan maddelerin ayırt ediciliklerinin iyi olduğu söylenebilir (Büyüköztürk, 2003). Eğitim Örgütlerinde Yönetişim Ölçeğine yönelik faktörlerin güvenilirlik katsayıları, özdeğerleri, ve açıklanan varyans oranlarına ilişkin sayısal değerler Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Eğitim Örgütlerinde Yönetişim Ölçeğinin Alt Boyutlarına Göre Güvenirlik katsayıları, Özdeğerler ve Açıklanan Varyans Oranları

Alt Boyutlar	İşleyen Maddeler	Madde sayısı	Faktörlerin Güvenirlik Katsayıları	Faktörlerin Özdeğerleri	Açıklanan Varyans Oranları
Katılım	10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 30, 31, 32, 34, 35, 36, 37, 38, 39	27	.98	32.13	59.50
Hesap Verebilirlik	43, 44, 47, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67	15	.97	2.49	4.617
Hukukun Üstünlüğü	1, 2, 3, 4, 5, 6	6	.91	1.48	2.751
Eşitlik	50, 51, 52, 53, 54, 55	6	.92	1.01	1.874
Toplam		54	.98		68.75

Tablo 6'da Eğitim Örgütlerinde Yönetişim Ölçeğinin yapı geçerliğini belirlemek için yapılan faktör analizinde alt boyutlarda işleyen maddeler

belirlenmiştir. Ölçeğin iç tutarlık katsayısı Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı ile hesaplanmıştır. Cronbach alfa katsayısının hesaplanmasında ölçeği oluşturan maddelere ait varyansların toplam puanlar varyansına bölünmesi, test maddelerinin ölçeğin tümüyle ne kadar tutarlı olduğunu gösterir (Ellez, 2012: 176). Yapılan iç tutarlık hesaplamalarında ölçeğin bir bütün olarak iç tutarlık katsayısı .98 olduğu belirlenmiştir. Ayrıca ölçekte bulunan dört alt boyutun her birinin de iç tutarlık katsayıları ayrı ayrı hesaplanmıştır. Buna göre, iç tutarlık katsayıları, “Katılım” alt boyutu için .98, “Hesap verebilirlik” alt boyutu için .97, “Hukukun Üstünlüğü” alt boyutu için .91 ve “Eşitlik” alt boyutu için .92 olarak hesaplanmıştır. Cronbach alfa (iç tutarlık) değerinin .70’in üzerinde olması güvenilirlik için yeterli olduğunu göstermektedir (Bayram, 2009:194). Bu sonuçlara göre Eğitim Örgütlerinde Yönetişim Ölçeğinin yeterli düzeyde güvenilir olduğu söylenebilir. Yapılan faktör analiz ve iç tutarlık analizlerine göre 54 maddelik ölçeğimizin yeterli geçerlik ve güvenilirliğe sahip olduğu gösterilmiştir.

10. Sonuç

Yönetim alanındaki değişim ve dönüşümler son yıllarda gittikçe artmaya başlamıştır. Bu değişim tüm kurum ve örgütlerde gün geçtikçe hissedilir olmuştur. Geleneksel yönetim anlayışlarının esnemeye ve hatta değişmeye başladığı bir ortamda okullardaki yönetim anlayışında da değişimin olması kaçınılmazdır. Geleneksel anlamıyla yönetimden yönetişime doğru yaşanan değişim süreci, son yıllarda eğitim örgütlerinde “beraber yönetme” kavramı ile literatüre giren yönetim eğitim örgütlerinde uygulanmaya başlanmıştır. Nitelikli ve üretici insan yetiştiren eğitim kurumları; bilginin üretildiği, yayıldığı, çeşitli yöntemlerle araştırmaların yapıldığı, insanın, toplumun ve ülkenin geleceğinin inşa edildiği en önemli kurumlardan birisidir. Eğitim örgütlerinin geleneksel yönetim anlayışlarından daha katılımcı ve şeffaf yönetim anlayışı olan yönetişimi benimsemesi gerekmektedir. Buradan hareketle okullardaki yönetişim düzeylerini belirlemek amacıyla Eğitim Örgütlerinde Yönetişim Ölçeği geliştirilmiştir. Ölçeğin geliştirilmesinde çalışma evrenini 2013-2014 eğitim-öğretim yılında Şanlıurfa ili merkez ilçelerinde (Eyyübiye, Haliliye ve Karaköprü) bulunan MEB’ e bağlı özel ve devlet okullarında görev yapan öğretmen ve yöneticiler oluşturmaktadır. Ölçek maddeleri yönetim ve

yönetişim ile ilgili literatür araştırması yapıldıktan sonra belirlenmiştir. Yönetişim Ölçeğini oluşturan maddelerin döndürme işlemi sonrası faktör yük değerlerinin .446 ile .842 arasında değiştiği ve iç tutarlık hesaplamalarında ölçeğin bir bütün olarak iç tutarlık katsayısının .98 olduğunu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca ölçekte bulunan dört alt boyutun her birinin de iç tutarlık katsayıları ayrı ayrı hesaplanmıştır. Buna göre, iç tutarlık katsayıları, “Katılım” alt boyutu için .98, “Hesap verebilirlik” alt boyutu için .97, “Hukukun Üstünlüğü” alt boyutu için .91 ve “Eşitlik” alt boyutu için .92 olarak hesaplanmıştır. Açımlayıcı faktör analizi ile ölçeğimizin yapı geçerliği sağlanmıştır. Ölçeğin başka bir örneklem üzerinde açımlayıcı faktör analizi ya da doğrulayıcı faktör analizi ile tekrar analiz edilmesi ölçeğin geçerliği açısından ek kanıtlar sunulmasına yardımcı olabilir. Ayrıca Izgar’ın (2015) “Modern Toplumun Yönetim Biçimi İyi Yönetişim Üzerine Bir İnceleme” adlı araştırmasında iyi yönetim ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin sorumluluk, etkililik ve oransallık, hukuka bağlılık, şeffaflık, katılımcılık, paylaşılan vizyon ve hesap verebilirlik olmak üzere yedi alt ölçekten oluştuğu anlaşılmaktadır. Buna bakıldığında “İyi Yönetişim Ölçeğinin” alt boyutları ölçeğimizin alt boyutları ile paralellik göstermektedir.

Bu çalışmada, Eğitim Örgütlerinde Yönetişim Ölçeğinin geliştirilmesinde yapılan tüm istatistiksel analizlerin sonuçlarına bakıldığında ulaşılan değerler ölçeğin yeterli düzeyde geçerli ve güvenilir olduğunu göstermektedir. Geçerli ve güvenilir olarak geliştirilen Eğitim Örgütlerinde Yönetişim Ölçeği eğitim kurumlarında yönetim düzeylerini ölçebilecek bir ölçek olarak kullanılabilir niteliktedir. Geliştirilen ölçeğin araştırmacılar tarafından farklı araştırmalarda kullanılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Aktan, C. C. (2003). *İyi Yönetişim ve Demokrasi*. İstanbul: Beta Yayınları.

Aşkın, M. D. (2003). *Eşitlik ve İyi Yönetişim*. Ankara: T.C. Maliye Bakanlığı Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Dairesi Başkanlığı Yayını.

Başbakanlık. (2003). *Genel Gerekçe*. Ankara: Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü.

Bayram, N. (2009). *Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi*. Bursa: Ezgi Kitabevi.

BeyazKitap.(2008).[www.coe.int/t/dg4/intercultural/...White.../WhitePaper_I D Turkish](http://www.coe.int/t/dg4/intercultural/...White.../WhitePaper_I_D_Turkish.pdf). pdf (Erişim Tarihi:18.10.2015).

Büyüköztürk, Ő. (2003). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analiz El Kitabı*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

DPT. (2000). *Kamu Yönetiminin İyileştirilmesi ve Yeniden Yapılandırılması*. Ankara: Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı.

Duman, F. (2006). *Belediyelerde Yönetişim ve Müşteri-Vatandaş Odaklılık Tartışmaları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.

Ellez, A. M. (2012). Ölçme Araçlarında Bulunması Gereken Özellikler. (A. Tanrıöğen Ed.), Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Anı Yayıncılık.

Güler, B. A. (2003a). Devlette Reform, Kamu Yönetimi Dünyası. Türkiye Mimarlar Odası Sunuşu, Ankara.

Güler, B. A. (2003b). Yönetişim: Tüm İktidar Sermayeye. *Praksis Dergisi*, 9, 93-116.

Izgar, H. (2015). Modern Toplumun Yönetim Biçimi İyi Yönetişim Üzerine Bir İnceleme. *Bayburt Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10 (1).

HABİTAT II. (2000). *5 Ülke Raporu, Yönetişim Alt Bölümü, Gündem 21 ve Katılım*. İstanbul: Yerel Yönetimler Sempozyumu Bildirileri Kitabı.

Maliye Bakanlığı. (2003). *İyi Yönetişimin Temel Unsurları*. Ankara: Maliye Bakanlığı Yayını.

Malkoç, M. N. (2006). Yönetişim Üzerine. <http://nedir.antoloji.com/yonetisim/>. (Erişim Tarihi: 04/02/2015.)

Memduhoğlu, H. B. (2010). *Farklılıkların yönetimi. Yönetimde Yeni Yaklaşımlar*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

Ofluoğlu, S.U. (2006). *Aile Şirketlerinin Yönetişim Yapısı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Özdek, Y. (1999). Globalizmin İdeolojik Hegemonyası. *Amme İdaresi Dergisi*, 32 (3), 25- 47.

Özer, A. (2006). Yönetişim Üzerine Notlar. *Sayıştay Dergisi*, 63, 59-89.

Samsun, N. (2003). *Hesap Verebilirlik ve İyi Yönetişim, İyi Yönetişimin Temel Unsurları*. Ankara: T.C. Maliye Bakanlığı Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Dairesi Başkanlığı.

Şaylan, G. (2000). Kamu Yönetimi Disiplininde Bunalım ve Yeni Açılımlar Üzerine Düşünceler. *Amme İdaresi Dergisi*, 33 (2), 1-21.

Totan, T. (2014). *Ölçek Geliştirme Kuram ve Uygulamalar*. Ankara:Nobel Yayınları.

Yıldırım, İ. (2004). *Demokrasi, Sivöl Toplum Kuruluşları ve Yönetişim*. Ankara: Seçkin Yayınları.

Yüksel, M. (2001). *Yönetişim (Governance) Kavramı Üzerine*. Ankara: Mülkiyeliler Birliği Yayınları.

EK 1: Kişisel Bilgi Formu

**ÖZEL VE DEVLET OKULLARININ YÖNETİŞİM ÖZELLİKLERİNE
SAHİP OLMA DÜZEYLERİ**

Değerli Meslektaşım,

Bu ölçek; “Özel ve Devlet Okullarının Yönetişim Özelliklerine Sahip Olma düzeyleri” konulu yüksek lisans tezine veri elde etmek amacıyla düzenlenmiştir. Sizden istenen, aşağıdaki her ifadeyi okuduktan sonra buna ne derecede katıldığınızı, karşısındaki ölçekte size uygun gelen seçeneğin altındaki kutucuğa (X) işareti koyarak belirtmenizdir. Elde edilen veriler gruplandırılarak ve yalnızca araştırma amaçlı kullanılacaktır. Bu yüzden isminizi yazmanıza gerek yoktur. Anket maddelerinin tümünü eksiksiz ve samimiyetle doldurmanız, araştırmanın sağlıklı temele oturmasına önemli katkı sağlayacaktır. İlginiz ve yardımlarınız için şimdiden teşekkür eder, saygılar sunarım.

BÖLÜM I-KİŞİSEL BİLGİLER

1. **Cinsiyetiniz:** Kadın []1, Erkek []2
2. **Medeni durumunuz:** Evli []1, Bekâr []2,
3. **Yaşınız:** 30 yaş ve altı []1,31-40 yaş arası []2, 41-50 yaş arası []3, 51 ve üzeri []4
4. **Mezuniyetiniz:** Önlisans []1, Lisans []2, Lisansüstü []3
5. **Mezun olduğunuz fakülte:** Eğitim Fakültesi []1, Diğer []2
6. **Görev yaptığınız okul kademesi:** İlkokul []1, Ortaokul []2, Lise []3
- 7- **Görev Yapılan Lise Türü (Lütfen! Yukarıdaki 6. Soruyu okul türü olarak “Lise” işaretleyenler yanıtlasın.):**
Fen Lisesi- []1 Sosyal Bilimler Lisesi- []2
Anadolu Öğretmen Lisesi-[]3 Anadolu Lisesi - []4
Genel Lise - []5 Meslek Lisesi- []6

Diğer Liseler - []7

8. Çalıştığınız okuldaki öğretmen sayısı: 1–20[]1, 21–40[]2, 41–60[]3, 61 ve üzeri[]4

9.Okul türü: Devlet okulu[]1, Özel okul[]2

10.Branşınız: Anaokulu Öğretmeni []1, Sınıf Öğretmeni []2, Branş Öğretmeni []3

11.Branşınızın ilgili olduğu alan (Lütfen! Yukarıdaki 9. Soruyu “Branş Öğretmeni” olarak işaretleyenler yanıtlasın.):

Fen Bilimleri []1, Sosyal Bilimler []2, Türkçe ve Matematik []3
Yabancı dil []4 Özel Yetenek (Resim, müzik, beden eğitimi) []5

12. Göreviniz: Okul Yöneticisi (Okul Müdürü / Müdür Yardımcısı) []1, Öğretmen []2

13- Yöneticilikte kaçınıcı yılınız (Lütfen! Yukarıdaki 11. Soruyu “Okul Yöneticisi” olarak işaretleyenler yanıtlasın.):

0-5 yıl []1, 6-10 yıl []2, 11-19 yıl []3, 20 yıl ve üzeri []4

14.Mesleki kıdeminiz: 0-5 yıl []1, 6-10 yıl []2, 11-19 yıl []3, 20 yıl ve üzeri []4

15.Bulduğunuz okulda geçirdiğiniz süre: 0-5 yıl []1, 6-10 yıl []2, 11-20 yıl []3, 21 yıl ve üzeri []4,

16.Herhangi bir sendikaya üye misiniz? Evet []1, Hayır []2,

17.Okul yönetiminizin ağırlıklı olarak yönetim stili size göre nasıldır? Demokratik[]1, İlgisiz[]2, Otoriter[]3

18. Herhangi bir konuda karar alınırken öğretmenlerin görüşüne başvuruluyor mu? Evet[]1, Hayır []2

EK 2: EĞİTİM ÖRGÜTLERİNDE YÖNETİŞİM ÖLÇEĞİ

EĞİTİM ÖRGÜTLERİNDE YÖNETİŞİM ÖLÇEĞİ- İFADELER Okulumuzda;	Hiç Katılmıyorum	Biraz Katılıyorum	Orta Derecede Katılıyorum	Çok Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1. Okul yönetimi, tüm iş ve işlemlerinde hukuka uygun hareket eder.	1	2	3	4	5
2. Okul yönetimi, hukuka aykırı bir durum gördüğünde	1	2	3	4	5

hemen düzeltme yoluna gider.					
3. Okul yönetimi, karar alma sürecinde etik ilkelere uyar.	1	2	3	4	5
4. Okul yönetimi, tüm uygulamalarda insan onurunu korumaya özen gösterir.	1	2	3	4	5
5. Okul yönetimi, okulun tüm paydaşlarını demokrasi ve insan haklarına uymaya teşvik eder.	1	2	3	4	5
6. Okul yönetimi, hukukun üstünlüğünü tesis eden her davranışı destekler.	1	2	3	4	5
7. Okuldaki tüm iş ve işlemlerde bürokratik süreçler olabildiğince azaltılmaya çalışılır.	1	2	3	4	5
8. Okul amaçlarını başarmada ailelerin yüksek desteği sağlanmaya çalışılır.	1	2	3	4	5
9. Okul yönetimi tüm çalışanların daha yeni ve farklı tecrübeler kazanmalarını teşvik eder.	1	2	3	4	5
10. Okulun amaçlarını başarmak amacıyla sivil toplum örgütlerinin ve medyanın gücünden yararlanılır.	1	2	3	4	5
11. Eğitim-öğretim amaçlarını başarmada öğrencilerin ilgi ve ihtiyaçları esas alınır.	1	2	3	4	5
12. Okulun tüm çalışanları arasında işbölümüne dayalı güçlü bir işbirliği vardır.	1	2	3	4	5
13. Eğitim-öğretim sürecinde öğrencilerin farklı öğrenme ihtiyaçlarına cevap veren öğretim yöntemleri uygulanır.	1	2	3	4	5
14. Okul yönetiminde hiyerarşik yetkiden çok, kişilerin etkiye dayalı gücünden yararlanılır.	1	2	3	4	5

15.Eğitim ve öğretimde görev dağıtımını yapılırken kişilerin mesleki ve kişisel yeterlilikleri esas alınır.	1	2	3	4	5
16. Okulun tüm çalışanlarının yeni gelişmeler ışığında kendilerini geliştirmeleri ve yenilemeleri teşvik edilir.	1	2	3	4	5
17.Okul yönetimi okula ilişkin değer, vizyon ve misyonunu açık bir biçimde paylaşır.	1	2	3	4	5
18. Okul yöneticileri gün içerisinde sürekli öğretmen öğrenciler arasında gezer ve onların taleplerini öğrenmeye çalışırlar.	1	2	3	4	5
19. Okulda öğrenme fırsatları oluşturmak amacıyla çalıştaylar, tartışma forumları ve seminerler düzenlenir.	1	2	3	4	5
20. Okul yönetimi paydaşları ilgilendiren konularda onların görüşlerine başvurur.	1	2	3	4	5
21.Çalışanlar okul yöneticileri tarafından yürütülen hizmetlerin yeterliliği konusunda fikirlerini rahatlıkla açıklarlar.	1	2	3	4	5
22.Okula ilişkin hizmet ve faaliyetlerin yürütülmesinde okul paydaşlarının aktif desteği sağlanır.	1	2	3	4	5
23. Okul yönetimi, paydaşlar arasında meydana gelen herhangi bir sorunu anında çözer.	1	2	3	4	5
24. Çalışanlar okul yönetiminin yerinde ve etkili uygulamalarını takdir ederler.	1	2	3	4	5
25. Okul yönetimi okulla ilgili olan herkesin okula ilişkin sahiplenme duygusunu geliştirmeye çalışır.	1	2	3	4	5
26. Okulun yararının söz konusu olduğu bütün işlerde herkes üzerine düşen sorumluluğu hakkıyla yerine getirmeye çalışır.	1	2	3	4	5
27. Okul yönetimi karar alma sürecinde tüm paydaşların görüş ve düşüncelerini dikkate alır.	1	2	3	4	5
28.Okul yöneticileri çevredeki aileleri ve sivil toplum örgütlerini düzenli bir şekilde ziyaret ederler.	1	2	3	4	5
29.Okul yönetimi okulun işleyişinde velilerin aktif desteğini almaya gayret eder.	1	2	3	4	5
30.Okul yönetimi, okul-çevre ilişkisi bağlamında zaman zaman uzman kişileri okula davet eder.	1	2	3	4	5
31.Okulda yapılan toplantılara okulla ilişkisi olan anne,	1	2	3	4	5

baba, sivil toplum örgüt ve sendika temsilcileri davet edilir.					
32.Okulda çeşitli etkinliklerde görev alan öğrenciler takdir edilir ve ödüllendirilir.	1	2	3	4	5
33. Okula ilişkin kurallar, çalışanların yönetime katılımını sağlayacak şekilde oluşturulur.	1	2	3	4	5
34.Okul yönetimi, paydaşların eğitim öğretime ilişkin tekliflerini açık yüreklilikle kabul eder.	1	2	3	4	5
35. Okul yönetimi, öğretmen ve öğrencilerin kendilerini rahatlıkla ifade etmelerini teşvik eder.	1	2	3	4	5
36.Okulda kuralların işleyişi ve etkililiği konusunda herkes düşünce ve görüşünü açık bir şekilde ortaya koyar.	1	2	3	4	5
37.Okulumuzda okul kaynaklarının dağıtımında adil davranılır.	1	2	3	4	5
38.Okula ilişkin iş ve işlemlerde cinsiyetler arasında eşitlik gözetilir.	1	2	3	4	5
39.Okul yönetimi paydaşların ihtiyaçlarını gözetmede eşitlik ilkesine uyar.	1	2	3	4	5
40. Okul yönetimi yaptığı işlerde tüm kesimlere eşit davranır.	1	2	3	4	5
41.Okul yönetimi hizmet anlayışında öncelikli olarak eşitlik ilkesini gözetir.	1	2	3	4	5
42.Okul yönetimi paydaşların farklı tercihlerine(yaşam tarzı, siyasi görüş, dini inanç, vb.) saygı duyar.	1	2	3	4	5
43. Okul paydaşları tüm iş ve işlemlerde okul yönetiminden hesap sorabilir.	1	2	3	4	5
44.Çalışanlar okul yönetiminin çalışmalarını gözler ve gerektiğinde uyarılarda bulunur.	1	2	3	4	5
45.Çalışanlar okula ilişkin iş ve işlemlerde memnuniyetsizliklerini okul yönetimine iletirler.	1	2	3	4	5
46.Okul yönetimi, okulun amaçları ile bireylerin ihtiyaçlarını dengelemeye çalışır.	1	2	3	4	5
47.Okul yönetimi, okulun çıkarları ile çevredeki kişi ve kurumların istek ve beklentilerini dengelemeye çalışır.	1	2	3	4	5
48.Paydaşlar okul kurallarının oluşturulmasında belirleyici bir etkiye sahiptir.	1	2	3	4	5
49.Okul yönetimi, üst merciler kadar, paydaşlara karşı da kendini sorumlu tutar.	1	2	3	4	5

50.Okul yönetimi, paydaşların her türlü istek ve beklentilerine anında cevap vermeye çalışır.	1	2	3	4	5
51.Okul yönetimi, paydaşların her türlü sorusuna anında cevap vermeye çalışır.	1	2	3	4	5
52.Okul yönetimi, yapıcı her türlü eleştiriye açıktır.	1	2	3	4	5
53.Okulda başta eğitim-öğretim olmak üzere tüm konularda paydaşlar bilgilendirilir.	1	2	3	4	5
54.Okula ilişkin iş ve işlemlerde görev ve sorumluluklar net bir şekilde tanımlanmıştır.	1	2	3	4	5

Kadın Çalışanların Önündeki Engel: Cam Tavan Sendromu

The Obstacles in Front of Women Employees: Glass Ceiling Obstacles

Mustafa Kemal Kördeve¹

Extended Abstract

Introduction

Women employees are more involved than in the past in working life. However, this rate is not at the desired level. Notwithstanding, the proportion of women employees is increasing because of the desire of women to take a more active role in working life, contribute to family budget (Öğüt, 2006) and increase in rate of woman literacy. Although women take a lot role in the working life, they can not be take in senior management (Bingöl ant others, 2011). There are many reasons for this, such as gender discrimination, prejudice against women, patriarchal society. These concepts are called glass ceiling.

Glass ceiling obstacles which have placed between women employees and senior management, unseen and uninhabitable (Aksu and others, 2013). The obstacles in front of women managers have been begun to examined and discussed with the concept of glass ceiling. Gender discrimination, glass ceiling, career platform prevents the individual from reaching own goal (Kozakand Dalkıranoglu, 2013).

Although women can take an active role and rise to managerial positions in working life, Women are not required to be managers (Çetin and Altan, 2012). Male managers are more than female managers in various

¹ Dr., İstanbul Gedik Üniversitesi, kordevemustafa@gmail.com

Bu makale iThenticate programı ile taranmıştır.

Makale Gönderim Tarihi: 02/01/2017- Kabul Tarihi: 24/01/2017

occupational groups. For instance, there is not much difference between working men and women in primary Education. However The men managers are more than women managers (Inandi and others, 2009).

Methods

This study was done on women and men participants working in different fields. The research is a quantitative research which done on public and private employees. Independent variable have been determined the main factors affecting the working life of women employees and between the groups were tried to be measured similarities and differences by researcher.

Survey application which consist of two section has been made in the research. In the first part, demographic variables of the participants are determined. In the second part, asked about glass ceiling barriers. It was used that the scale developed by Örucü and his friends in the Research. 110 women and 47 men workers had participated in this study. The survey results were entered and run using the software package of SPSS 22.0.

Findings

Three sub-factors were discovered result of factor analysis. These factors were named feeling syndrome, family syndrome and role model syndrome by researcher. The relationship, between the obtained factors with gender and marital status variables, was examined in the research. According to the result of research, there is a significant relationship between gender and feelings syndrome ($F=74,916$ and $p=,000$). The gender variable has the same directional linear effect on feeling syndrome and role model syndrome (significant at the 0.05 level, $p=,000$).

Conclusion

53 men and 107 women participated in the survey. 37 of the men and 27 of the women participants are managers. 86.6% of the participants believe that having family responsibilities of women is an obstacle to being a manager. 10% of the participants don't believe that. Women have viewed business and home conflict, in front of senior management position it as a major obstacle (Vianen and Fischer, 2002). 63% of the participants women defined women as a barrier to being a manager.

Kadın Çalışanların Önündeki Engel: Cam Tavan Sendromu

Öz

Kadın çalışanlar, çalışma hayatında geçmişe oranla daha fazla yer almaya başlamışlardır. Ancak kadın çalışanlar yönetim kadrosunda yeteri kadar yer alamamaktadır. Bunun çeşitli nedenleri vardır. Bu nedenlerden birisi de cam tavan engelleridir. Bu nedenle bu çalışmada cam tavan engellerin neler olduğu ve çözüm önerileri araştırılmıştır.

Araştırmada iki bölümden oluşan anket uygulaması yapılmıştır. Birinci bölümde katılımcılara ait demografik değişkenler yer almaktadır. İkinci bölümde ise cam tavan engellerine yönelik sorular sorulmuştur. Araştırmada daha önce Örucü ve arkadaşları tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Çalışmaya 110 kadın çalışan ve 47 erkek çalışan katılmıştır. Anket sonuçları SPSS 22.0 paket programına girilerek çalıştırılmıştır.

Yapılan faktör analizi sonucu üç alt faktör elde edilmiştir. Araştırmacı tarafından bu alt faktörlere duygu sendromu, aile sendromu ve rol model sendromu adı verilmiştir. Elde edilen faktörlerin cinsiyet ve medeni durum değişkenleri ile ilişkisi incelenmiştir. Araştırma sonucuna göre Cinsiyet ile duygu sendromu arasında anlamlı bir ilişki vardır ($F= 74,916$ ve $p=,000$). Cinsiyet faktörünün, duygu sendromu ve rol model sendromu üzerinde %5 anlamlılık seviyesinde ($p=,000$) aynı yönlü doğrusal bir etkisi vardır.

Anahtar sözcükler: cam tavan, kadın yöneticiler, çalışma hayatı

Obstacles that Women's Advancement to Senior Management: Glass Ceiling Syndrome

Abstract

Women workers have begun to take up more get space in working life than in the past. However women workers can't take part to management staff enough. One of these reasons is glass ceiling barriers. Therefore, the study has been researched what the glass ceiling barriers and suggest solutions.

Survey application which consist of two section has been made in the research. In the first part, demographic variables of the participants are determined. In the second part, asked about glass ceiling barriers. It was

used that the scale developed by Örucü and his friends in the Research. 110 women and 47 men workers had participated in this study. The survey results were entered and runusing the software package of SPSS 22.0.

Three sub-factors were discovered result of factor analysis. These factors were named feeling syndrome, family syndrome and role model syndrome by researcher. The relationship, between the obtained factors with gender and marital status variables, was examined in the research. According to the result of resarch, there is a significant relationship between gender and feelings syndrome ($F=74,916$ and $p=,000$). The gender variable has the same directional linear effect on feeling syndrome and role model syndrome (significant at the 0.05 level, $p=,000$).

Keywords: Glass ceiling, woman managers, working life

Giriş

Günümüz çalışma hayatında kadın çalışanlar geçmişe oranla daha fazla yer almaya başlamıştır. Ancak bu oran yine de istenilen seviyede değildir. Bununla beraber artık, kadınların çalışma hayatında daha aktif rol almak istemeleri, aile bütçesine katkı yapmak istemesi (Öğüt, 2006), kadın okur-yazar oranının artması gibi nedenlerle kadın çalışanların sayısı artmaktadır. Kadınlar çalışma hayatında daha çok rol almalarına rağmen istenilen düzeyde üst yönetimde yer alamamaktadırlar (Bingöl ve diğerleri, 2011). Bunun cinsiyet ayrımı, kadınlara karşı ön yargı, ataerkil bir toplum anlayışı gibi pek çok nedeni vardır. Günümüzde bu kavramlara cam tavan denilmektedir. Cam tavan; kadınlar ile üst yönetim arasında yer alan ve onların başarılarına ve liyakatlerine bakmaksızın ilerlemelerini engelleyen, açıkça görülmeyen, aynı zamanda aşılamayan engellerdir (Aksu ve diğerleri, 2013). Cam tavan kavramı ile kadın yöneticilerin önündeki engeller daha çok irdelenmeye ve göz önüne serilmeye başlanmıştır.

Cinsiyet ayrımcılığı, cam tavan, kariyer platosu gibi kavramlar bireyin hedeflerine ulaşmasını engelleyen bariyerlerdir (Kozak ve Dalkıranoglu, 2013)

Kadınların iş hayatında aktif roller almalarına, yönetici konumuna daha çok yükselebilmelerine rağmen, kadının yönetimde yer almasına bazı çevrelerce

soğuk bakılmakta; hatta yöneticilikten ziyade yöneticinin yanında bulunması, ikinci planda yer alması görüşü de ağır basmaktadır (Çetin ve Atan, 2012). Çeşitli meslek gruplarında yönetici gruplarında erkek yöneticilerin kadın yöneticilere göre daha fazla olduğu dikkat çekmektedir. Örneğin ilköğretimde çalışan kadın erkek sayıları çok farklılık göstermezken; yöneticilik konumunda erkeklerin çokluğu dikkat çekmektedir (İnanlı ve diğerleri, 2009).

Kadınların Çalışma Hayatında Olumsuz Etkilendiği Faktörler

Kadınların çalışma hayatında katılımını engelleyen bazı problemler eğitim, medeni durum, yasal düzenlemeler ve (Bozkaya, 2013, s.75), cinsel tacizdir. TÜİK verilerine göre ülkemizde 15 yaş üstü kadınların iş gücüne katılmama dağılımları ise aşağıdaki tablodaki gibidir.

Tablo 1. İşgücüne Dahil Olmayan Kadınların Yıllara Göre İşgücüne Dahil Olmama Nedenleri

Yıllar	İş gücüne dahil olmayan	İş bulma ümidi olmayanlar (İş Aramayıp Hazır Olanlar)	Diğer	Mevsimlik çalışanlar	Ev işleriyle meşgul	Eğitim/ Öğretim	Emekli	Çalışamaz halde	diğer
2004	18 624	104	438	270	13 042	1 417	565	1 803	984
2005	18 936	194	651	310	12 703	1 472	584	1 966	1 056
2006	19 164	261	758	259	12 409	1 553	651	2 096	1 179
2007	19 464	229	706	207	12 124	1 598	695	2 029	1 875
2008	19 526	241	778	243	12 186	1 670	682	2 144	1 582
2009	19 466	310	854	67	12 101	1 832	763	2 143	1 397
2010	19 357	300	835	49	11 914	1 912	730	2 156	1 461
2011	19 414	271	821	50	11 872	2 043	772	2 174	1 410
2012	19 581	212	840	51	11 992	2 153	836	2 182	1 316
2013	19 523	237	956	37	11 463	2 221	831	2 360	1 419
2014	20 004	248	938	39	11 856	2 394	865	2 296	1 368

Kaynak: TÜİK, Hanehalkı İşgücü Anketi Sonuçları

Kadınların iş gücüne katılımı hem ülkemizde hem tüm dünyada bir problem teşkil etmektedir. OECD verilerine göre çalışma yaşındaki kadınların iş gücüne katılımı aşağıdaki tablodaki gibidir.

Tablo 2. OECD Çalışma Çağındaki Nüfusun Toplam Nüfusa Göre İstihdam Oranı

Ülke	Ort.	Erkek	Kadın
İzlanda	84,7	87,1	82,3
İsviçre	80,2	84,4	76
İsveç	75,5	77	74
Norveç	74,8	76,5	73
Yeni Zellanda	74,3	79,6	69,2
Hollanda	74,2	79	69,2
Almanya	74	78,3	69,9
Danimarka	73,5	76,6	70,3
Japonya	73,3	81,9	64,6
Birleşik Krallık	72,7	77,6	68
Kanada	72,5	75,6	69,4
Avustralya	72,2	77,5	66,8
Estonya	71,9	75,3	68,5
Avusturya	71,1	75,2	67,1
Çek Cumhuriyeti	70,2	77,9	62,4
G7	69,1	74,9	63,4
Amerika Birleşik Devletleri	68,7	74,2	63,4
Finlandiya	68,5	69,3	67,7
İsrail	68,3	72,1	64,6
Kolombiya	67,6	79,9	55,9
Lüksemburg	66,2	71,3	60,8
Kore	65,7	75,7	55,7
Avrupa Birliği (28 ülke)	65,6	70,8	60,4
Slovenya	65,2	69,2	61
Euro Bölgesi (19 ülke)	64,5	69,6	59,4
Macaristan	64	70,3	57,8
Portekiz	63,9	66,9	61,1
Fransa	63,8	67,1	60,6
İrlanda	63,3	68,7	57,9
Polonya	62,9	69,3	56,6
Slovak Cumhuriyeti	62,7	69,4	55,9
Şili	62,4	73	51,9
Belçika	61,8	65,5	58
Meksika	60,7	78,3	44,7
İspanya	57,8	62,9	52,7
İtalya	56,3	65,5	47,2
Yunanistan	50,8	59,3	42,5
Türkiye	50,1	69,8	30,4

Letonya	68,1	69,9	66,4	Güney Afrika	43,7	49,9	37,7
OECD Ortalama					66,2	74,1	58,5

<https://data.oecd.org>

Tabloda görüldüğü üzere İzlanda, İsviçre ve İsveç gibi ülkelerde kadın ve erkek çalışan nüfus oranları birbirine yakındır. İtalya, Yunanistan, Güney Afrika gibi ülkelerde ve ülkemizde ise kadın çalışan oranı erkek çalışan oranına göre daha düşüktür.

Kadınların çalışma hayatında erkeklere göre daha düşük oranlarda bulunmaları yönetici olarak da erkeklere oranla daha az yer almalarını etkilemiştir. Bu etki özel sektöre de benzer şekilde yansımıştır. Ülkemizde özel sektörde işveren olarak yer alan kadın sayısı ile erkek işverenler arasında ciddi farklar aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Tablo 3. Cinsiyete Göre İşveren Olarak Çalışanların Dağılımı (15+ Yaş)

Yıl	Erkek	Kadın	Toplam
2010	93,1	6,9	100
2011	93	7	100
2012	92,5	7,5	100
2013	92	8	100
2014	92	8	100

www.tuik.gov.tr

İşveren olarak çalışanların yıllara göre dağılımına göre erkek iş verenler ile kadın iş verenler arasında çok fazla fark vardır. İşverenlerin yaklaşık %93'ü erkeklerden oluşmaktayken sadece %7'si kadınlardan oluşmaktadır.

Kamuda yöneticilik yapan kadın oranları ile yöneticilik yapan erkekler arasında da ciddi farklar vardır. 2013 yılında kamuda görevli yönetici kadın oranı %9,3 iken, 2014 yılında bu oran çok değişmeyerek %9,4'te kalmıştır.

Cam Tavan

İlk defa 1984'te üst yönetimdeki cinsiyet eşitsizliğini ifade eden bir kavram olarak ortaya çıkan cam tavan (Bruckmüller ve diğerleri, 2014), kadınların

üst yönetimde bulunmalarında önlerindeki görünmeyen engelleri ifade etmektedir. Diğer bir tanıma göre cam tavan, kadın çalışanların örgütte üst yönetici pozisyonlarına gelmelerini engelleyen, ancak herhangi bir şekilde görünür olmayan yapay engellerdir (Özyer ve Azizoğlu, 2014, s.96).

Cam tavan sadece kadınların önündeki engelleri ifade etmemektedir. Cam tavan hem kadınların hem de azınlıkların niteliklerine bakılmaksızın üst yönetime gelmelerinde önündeki engelleri ifade etmektedir (Özkan ve Özkan, 2010, s.94).

Cam tavan; devlette, şirketlerde, eğitim kurumlarında veya kar amacı gütmeyen kuruluşlarda yüksek mevkilere gelmeyi arzulayan ve bunun için çabalayan kadınların karşılaştıkları engellerdir (Örücü ve diğerleri., 2007, s.118).

Tanımlardan da anlaşıldığı üzere örgütlerde özellikle de kadınların önünde engel teşkil eden birçok etken vardır. Görünmeyen ve literatürde cam tavan olarak isimlendirilen bu engellerin birçok çeşidi vardır. Bu engeller bazen aileden kaynaklandığı gibi bazen iş yerindeki erkek çalışanlardan bazen de kadın çalışanlardan oluşmaktadır. Bu araştırmada cam tavan engelini oluşturduğu düşünülen etkenler incelenmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırma çalışma hayatında yer alan kadınların üst düzey yönetici olmalarına engel teşkil eden nedenleri araştırmak ve çözüm önerileri üretmek için yapılmıştır. Araştırmada erkek katılımcılara da yer verilmiş böylece erkek ve kadın katılımcıların bakış açıları karşılaştırmalı olarak değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla araştırmada kadınların üst yönetime gelmelerine etki eden başlıca faktörler bağımsız değişken olarak belirlenerek, gruplar arasındaki benzerlik ve farklılıklar ölçülmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma farklı alanlarda çalışan kadın ve erkek katılımcılar üzerinde yapılmıştır. Araştırma kamu sektörü ve özel sektörde çalışanların kadın çalışanlara bakış açılarını değerlendirmek üzere yapılan nicel bir araştırmadır. Kadın çalışanların çalışma hayatına etki eden başlıca faktörler bağımsız değişken olarak belirlenerek, gruplar arasındaki benzerlik ve farklılıklar ölçülmeye çalışılmıştır.

İki bölümden oluşan araştırmada anket yöntemi uygulanmıştır. Araştırmada, Özücü ve arkadaşlarının (2007) çalışmasında kullandığı ölçek kullanılmıştır. Ölçek soruları internet ortamına aktararak, mail yoluyla katılımcılara iletilmiş ve katılımcıların daha hızlı dönüş yapması sağlanmaya çalışılmıştır. Yedi sorudan oluşan birinci bölümde demografik faktörler ve çalışma hayatına ilişkin sorular sorulmuştur. On iki sorudan oluşan ve 5'li Likert ölçeklendirmesi kullanılan ikinci bölümde ise kadın çalışanlara yönelik sorular sorulmuştur. Katılımcılara "Size göre aşağıdaki seçeneklerden hangileri ; "Kadınların iş yaşamında Üst Kademe görevlere Gelememelerinin nedenlerindendir?" denilerek, katılımcıların cevaplarını 'Kesinlikle Katılıyorum (5)' seçeneğinden 'Hiç Katılmıyorum (1)' seçeneğine doğru vermeleri istenmiştir. Anketler, "SPSS Statistics 22.0" programında analiz edilerek değerlendirilmiştir.

Araştırmanın Modeli

Araştırma kadınların üst yönetime gelmelerini engelleyen faktörleri değerlendirmek için yapılan nicel bir araştırmadır. Kadınların üst yönetime gelmelerine etki eden değişkenler bağımsız değişken olarak değerlendirilerek gruplar arasındaki benzerlik ve farklılıklar ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırmada genel tarama modeli kullanılmış olup, veri toplama işlemi 2016 yılı kasım ayında gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma aşamasında zaman kısıtlılığının olması ve internet ortamında yapılması nedeniyle katılım 157 kişiyle sınırlı kalmıştır.

Araştırmanın evren ve örnekleme

Araştırma evreni İstanbul ilinde kamu ve özel sektör çalışanlarından oluşmaktadır. Araştırmaya katılım zorunlu olmayıp toplam 157 kişi katılmıştır. Araştırmada 104 kadın ve 53 erkek olmak üzere toplam 157 kişinin anketi değerlendirilmiştir (n=157). Katılımcılara ait demografik bilgiler Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Katılımcılara Ait Demografik Değişkenler

Faktörler	Kategoriler	Frekans	Yüzde
Yaş	18-27	46	29,3
	28-37	45	28,7

	38-47	34	21,7
	48-57	17	10,8
	58 ve üzeri	15	9,6
Cinsiyet	Erkek	53	33,8
	Kadın	104	66,2
Eğitim Durumu	İlköğretim	8	5,1
	Ortaöğretim	23	14,6
	Önlisans	23	14,6
	Lisans	79	50,3
	Yüksek lisans ve üzeri	24	15,3
Medeni Durum	Evli	97	61,8
	Bekar	60	38,2
Aylık Gelir	1300-1950	44	28,0
	1951-2600	21	13,4
	2601-3250	39	24,8
	3251-3900	33	21,0
	3901 ve üzeri	20	12,7
İş Yerindeki pozisyon	İşveren	8	5,1
	Üst düzey yönetici	5	3,2
	Orta düzey yönetici	41	26,1
	Alt kademe yönetici	18	11,5
	Çalışan	85	54,1
Çalıştığınız Sektör	Kamu	50	31,8
	Özel	95	60,5
	Kendi işim	12	7,6
	Toplam	157	100,0

Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplamak amacıyla uygulanan anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcılara ait demografik değişkenlere yönelik yedi soru sorulmuştur. İkinci bölümde 5'li Likert ölçeğine göre hazırlanan ve kadın çalışanların önündeki engellere yönelik 12 soru sorulmuştur. Elde edilen veriler SPSS 22.0 programına girilerek çalıştırılmıştır.

Analizler, % 5 anlamlılık düzeyi (p) ve %95 güven aralığı düzeyine göre açıklanmıştır.

Literatüre göre “Oldukça güvenilir (cronbach alpha ,628)” bulunan ölçeği oluşturan soruların, yapılan araştırmanın doğruluğunu ortaya çıkarabilecek nitelikte, birbirleriyle ilişkili, tutarlı, anlaşılır ve yeterli sayıda olduğunu göstermektedir. Araştırma, ilgilenilen sorunları büyük oranda yansıtmaktadır.

Tablo 5. Soru Bölümleri ve Değişken Türleri

Soru Bölümleri	Değişken Türü	Soru Sayısı	Ölçek
Kişisel ve İş Hayatı Bilgileri	Bağımsız	7	Nominal-Ordinal
Kadın Çalışanların Önündeki Engeller Ölçeği	Bağımlı	12	5’li Likert

Verilerin Analizi ve Yorumlanması

Ölçeğin yapı geçerliliğinin ortaya koymak için açıklayıcı(açımlayıcı) faktör analizi yöntemi uygulanmıştır. Yapılan Barlett testi sonucunda ($p=0.000<0.05$) faktör analizine alınan değişkenler arasında ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Yapılan test sonucunda ($KMO=,821>,60$) örneklem büyüklüğünün faktör analizi uygulanması için yeterli olduğu tespit edilmiştir. Faktör analizi uygulamasında varimax yöntemi seçilerek faktörler arasındaki ilişkinin yapısının aynı kalması sağlanmıştır. Faktör analizi sonucunda değişkenler toplam açıklanan varyansı %60,310 olan üç faktör altında toplanmıştır. Güvenirliğine ilişkin bulunan alpha ve açıklanan varyans değerine göre kadın çalışanların üst yönetime gelmeleri önündeki engellere yönelik tutum ölçeğinin geçerli ve güvenilir bir araç olduğu anlaşılmıştır.

Tablo 6. Cinsiyete Göre Eğitim Durumu

		Eğitim durumu					Toplam
		İlköğretim	Ortaöğretim	Önlisans	Lisans	Yüksek lisans ve üzeri	
Cinsiyet	Erkek Sayı	0	2	8	33	10	53
	Kadın Sayı	8	21	15	46	14	104

Toplam	Sayı	8	23	23	79	24	157
--------	------	---	----	----	----	----	-----

Cinsiyete göre eğitim durumu dağılımı incelendiğinde, erkeklerde ilköğretim mezunu olan sayı sıfır (0) iken, kadınlarda sekiz (8) kişi olması kadınların eğitim imkanlarının daha kısıtlı olduğunu ifade etmemektedir. Ayrıca kadınlarda lisans ve yüksek lisans sayısının daha fazla olması eğitim imkanı sağlarsa kadınların eğitim alanında daha başarılı olduğunu akla getirmektedir.

Tablo 7. Cinsiyete Göre İş Yerindeki Pozisyon Durumu

Cinsiyet	İş yerindeki pozisyon					Toplam
	İşveren	Üst düzey yönetici	Orta düzey yönetici	Alt kademe yönetici	Çalışan	
Erkek	1	3	24	10	15	53
Kadın	7	2	17	8	70	104
Toplam	8	5	41	18	85	157

Kadın katılımcıların daha fazla olmasına rağmen alt-orta-üst düzey yöneticilerde daha az sayıda olması ve çalışan sayısının daha fazla olması kadınların yönetim kadrosunda yeteri kadar yer alamadığını göstermektedir.

Tablo 8. Cinsiyete Göre Aylık Gelir Durumu

Cinsiyet	Aylık gelir					Toplam
	1300-1950	1951-2600	2601-3250	3251-3900	3901 ve üzeri	
Erkek	3	3	14	19	14	53
Kadın	41	18	25	14	6	104
Toplam	44	21	39	33	20	157

Aylık gelirler incelendiğinde kadın çalışanların daha çok 3250 TL ve altı aldıkları; erkek çalışanların ise daha çok 3250 TL ve üzeri aldıkları görülmektedir. Bu tablo iş yerindeki pozisyon tablosu ile de örtüşmektedir. Diğer bir ifadeyle kadın çalışanlar ücretlendirmede erkek çalışanlara göre daha düşük ücret almaktadırlar.

Bulgular

12 sorudan oluşan ikinci bölümdeki ölçeğe ait sorular faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör analizi sonucu oluşan faktör yapısı aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 9. Faktör Yüğü Tablosu

Faktör Adı		Faktör Yüğü		
		1	2	3
Duygu Sendromu	Soru 5- Kadınların bir kriz anında soğukkanlı olamamaları	,859		
	Soru 8- Kadınlar yaratılış gereğı kişisel bakım ve zarafet konusunda çok zaman harcamaları iş yaşamına odaklanmalarını azaltır.	,858		
	Soru1- Kadınların Erkeklerle oranla daha fazla duygusal bir yapıya sahip olmaları	,825		
	Soru 10- Kadınların Yöneticilik ve Liderlik özelliklerinin sınırlı olması	,823		
	Soru 12- Kadınların birbirlerini çekememeleri	,703		
	Soru 2- Kadınların üstlendikleri bir çok ailevi sorumluluklarının olması	,589		
Aile Sendromu	Soru 11- Eslerin ya da Aile büyüklerinin kadınların çalışmasına izin vermemesi		,836	
	Soru 4- Erkek egemen bir toplumda yaşamamız		,627	
	Soru 9- Kadınların yükselmelerine erkeklerin engel oluşturması		,604	
Rol Model Sendromu	Soru 7- Kadınların erkekler kadar yöneticiliğı istememeleri			,827
	Soru 6- Dünyada başarılı kadın modellerin sayısının az olması			,687
	Soru 3- Ülkemizdeki kadın okur yazar oranının düşük olması			,565

Örgütsel bağlılık ölçeğinin faktör analizi değerlendirilmesinde öz değeri birden büyük faktörlerin ele alınmasına, değişkenlerin faktör içerisindeki ağırlığını gösteren faktör yüklerinin yüksek olmasına, aynı değişken için faktör yüklerinin birbirine yakın olmamasına dikkat edilmiştir. Birinci faktörde yer alan değişkenler 'Duygu Sendromu' olarak isimlendirilmiştir. İkinci faktörde yer alan değişkenler 'Aile Sendromu' ve üçüncü faktörde yer alan değişkenler ise 'Rol Model Sendromu' olarak isimlendirilmiştir.

Elde edilen faktörler arasındaki ilişkiler cinsiyet ve medeni durum değişkenine göre korelasyon tablosunda gösterilmiştir.

Tablo 10. Korelasyon Tablosu

		Cinsiyet	Medeni durum	Duygu Sendromu	Aile Sendromu	Rol Model Sendromu
Cinsiyet	Pearson Correlation	1	,118	-,602**	,098	,435**
	Sig. (2-tailed)		,141	,000	,221	,000
	N	157	157	157	157	157
Medeni durum	Pearson Correlation	,118	1	-,183*	,012	,022
	Sig. (2-tailed)	,141		,022	,886	,781
	N	157	157	157	157	157
Duygu Sendromu	Pearson Correlation	-,602**	-,183*	1	-,111	-,127
	Sig. (2-tailed)	,000	,022		,168	,114
	N	157	157	157	157	157
Aile Sendromu	Pearson Correlation	,098	,012	-,111	1	,152
	Sig. (2-tailed)	,221	,886	,168		,058
	N	157	157	157	157	157
Rol Model Sendromu	Pearson Correlation	,435**	,022	-,127	,152	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,781	,114	,058	
	N	157	157	157	157	157

** . Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).

* . Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).

Elde edilen faktörler ile cinsiyet ve medeni durum değişkeni arasındaki ilişkiler, %1 düzeyinde anlamlılığa göre iki yıldız ile işaretlidirler. Buna göre, cinsiyet ile duygusal sendrom arasında -,671 düzeyinde orta, negatif yönlü anlamlı ilişki gözlemlenmiştir. Cinsiyet ve rol model sendromu arasında ,435 düzeyinde pozitif yönlü bir ilişki gözlemlenmiştir. Cinsiyet ile aile sendromu arasında ise herhangi bir ilişkiye rastlanmamıştır. Medeni durum ile duygu sendromu arasında ise %5 düzeyinde anlamlılığa göre -,183 düzeyinde negatif yönlü bir ilişkiye rastlanılmış olup, medeni durum ile diğer faktörler arasında herhangi bir ilişki gözlemlenmemiştir. Faktör analizi sonucunda elde edilen ve duygu sendromu, aile sendromu ve rol model sendromu arasında da herhangi bir ilişkiye rastlanmamıştır. Cinsiyet ile duygu sendromu ve rol model sendromu aralarındaki ilişki çoklu regresyon modeli ile test edilmiştir.

Hipotezler

H1: Kadınların üst düzey yönetici olmasında cinsiyet değişkeni ile duygu sendromu arasında ilişki vardır.

H2: Kadınların üst düzey yönetici olmasında cinsiyet ile rol model sendromu arasında ilişki vardır.

BULGULAR		REGRESYON (a, b)		SONUÇ
HİPOTEZLER	KORELASYON			
		R = 0,702		
		R ² = 0,493		
		F = 74,916 (p=0,000)		
		Sabit = 1,662		
H1: Kadınların üst düzey yönetici olmasında cinsiyet değişkeni ile duygu sendromu arasında ilişki vardır. (Cinsiyet/Duygu Sendromu)	r= -,602** p=0,000	İlişki anlamlı B= -,263 β= -,555 t= -9,603 (p= ,000)	Yordamada anlamlı	KABUL EDİLDİ
H2: Kadınların üst düzey yönetici olmasında cinsiyet ile rol model sendromu arasında ilişki vardır. (Cinsiyet/Rol Model Sendromu)	r= ,435** p=,000	İlişki anlamlı B=,173 β=0,365 t=6,311 (p=0,000)	Yordamada anlamlı	KABUL EDİLDİ

a. Bağımlı Değişken: 1-Cinsiyet

b. Bağımsız Değişkenler (Constant), 1-Duygu Sendromu, 2- Rol Model Sendromu

Cinsiyet ile alt faktörlerden duygu sendromu arasında %70,2 düzeyinde anlamlı ilişki bulunmaktadır (F= 74,916 ve p=,000). Cinsiyet faktörünün, duygu sendromu ve rol model sendromu üzerinde %5 anlamlılık seviyesinde (p=,000) aynı yönlü doğrusal bir etkisi vardır. Beta katsayıları karşılaştırıldığında cinsiyet faktörü duygu sendromunu -,555 düzeyinde, rol model sendromunu ,365 düzeyinde etkilemektedir.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Araştırmada 53 erkek katılımcının 37'si (%70) yönetim kadrosunda yer alırken, 104 kadın katılımcının 27'si (%26) yönetim kadrosunda yer almaktadır. Erkeklerin yönetimde daha çok yer alması kadınların yönetim kadrosuna yükselmesinde engel teşkil etmektedir. Öğüt (2006) yaptığı çalışmada benzer bir sonuç elde etmiştir. Buna göre, Türkiye'de kadınların

genel olarak büyük ölçüde cinsiyet temelli engellerle karşılaştığı ve hem kadın çalışanın sayı olarak azlığı hem de erkeklerin yönetimde daha çok yer aldığını bu nedenle kadın yöneticilerin önünde engel teşkil ettiği sonucuna varmıştır (Öğüt, 2006).

Katılımcıların %86,6'sı kadınların aile içi sorumluluklarının olmasının yönetici olmalarında engel teşkil ettiğine inanmaktadırlar. %10,2'si ise bu görüşe katılmamaktadırlar. Aksu ve arkadaşları (2013) yaptığı araştırmada benzer sonuca ulaşmışlar, aile içi sorumluluklarının kadınların yönetici olmalarının önünde engel oluşturduğu ifade etmişlerdir (Aksu ve diğerleri, 2013). Vianen ve Fischer'in yaptığı araştırmaya göre de kadınlar, iş ve ev çatışmasını, üst düzey yönetim pozisyonunun önünde önemli bir engel olarak görmektedirler (Vianen ve Fischer, 2002). Kadın yöneticiler bazen ailesi ve işi arasında kalabilmektedirler (Özyer ve Azizoğlu, 2014). Bu da kariyerlerinde yükselmelerini olumsuz etkilemektedir. Diğer bir ifadeyle kadınlarda aile ve çocuk yetiştirme sorumlulukları çalışma hayatlarında olumsuz etkilemektedir (Sertkaya ve diğerleri, 2013)

Katılımcıların %71,3'ü erkek egemen bir toplumda yaşamamızın kadınların önünde engel teşkil ettiğini ifade etmişlerdir. Diğer bir ifadeyle cinsiyet ayrımcılığı kadınların yönetici olmalarının önünde engel oluşturmaktır. İnandı ve arkadaşları (2009) yaptıkları araştırmaya göre toplumsal cinsiyet kalıp yargıların kadınların kariyer yapmaları önünde daha fazla engel taşıdığını ifade etmektedirler. Başak yaptığı çalışmada (2009) toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yanında ayrımcılığın da etkili olduğunu söylemiştir. Yapılan başka bir araştırmada ise kadın çalışanlara yönelik tutumun yöneticilerin cinsiyetine göre farklılık gösterdiği sonucuna varmış ancak eğitim, yaş ve medeni durumun ise etkilemediği sonucuna varmışlardır (Mizrahi ve Aracı, 2010). 51 kadın ve 56 erkek üzerinde yapılan başka bir araştırmaya göre ise cinsiyete göre farklılık bulamamakla beraber, kadınların erkeklere göre daha az yetkiye sahip olduğu gözlemlenmiştir (Lyness and Thompson, 1997). Ülkemizde sadece küçük bir grup eğitimli kadın beyaz yakalı olarak çalışmaktadır (Öztan ve Doğan, 2015). Bu anlamda cinsiyetler arasında uçurum oluşmuştur. Powell ve Butterfield, Birleşmiş Milletler Federal hükümeti, kıdemli yönetici hizmeti biriminde, hipotezlerin aksine, alınan kararlarda doğrudan veya dolaylı olarak kadınların daha etkili rol aldığını söylemiştir (Powell ve Butterfield, 1994).

Araştırmaya katılanların %63'si kadınların birbirilerini çekememesini kadınların yönetici olmalarındaki engel olarak tanımlamışlardır. %27,ü ise

bu görüşe katılmamıştır. Örucü ve arkadaşları da yaptıkları araştırmada literatürde kraliçe arı sendromu denilen durumun, diğer bir deyişle kadınların birbirini çekememelerini kadınların üst yönetime gelememelerinin nedeni olduğunu savunmuştur (Örucü ve diğerleri, 2007 s.132). Bingöl ve arkadaşları (2011) yaptıkları çalışmada kadın yöneticilerin kadın çalışanlara ait tutumlarının erkek yöneticilere göre daha olumsuz olduğu sonucuna varmışlardır.

Katılımcıların %70,2'si aileden kaynaklanan nedenlerden dolayı kadınların yönetici olamadıkları görüşüne katılmışlardır. Yapılan başka bir araştırmada da benzer sonuç elde edilmiş, aileden kaynaklı olumsuz durumların, kadınların kariyer yapmaları önünde engel olarak gördükleri ifade edilmiştir (İnandı ve Tunç, 2012).

Cam tavan engelinden dolayı kadınlar iş hayatında çoğu sektörde yönetimin %5'ini oluşturmaktadır ve bu engel kadınların iş hayatına daha çok girmesiyle kalkacaktır (Bass ve Avolio, 1994).

Kadın çalışanlara ülkemizde kendisi ile aynı meslek sahibi, aynı deneyim ve birikime sahip, aynı kıdemdeki karşı cinsine oranla daha az ücret ödenmektedir (Soysal, 2010). Bu durum Avrupa ile de benzerlik göstermektedir. On bir Avrupa ülkesinde kadınlara erkeklere oranla aynı özelliklere sahip olmasına rağmen daha az ücret ödendiği gözlemlenmiştir (Arulampalam ve arkadaşları, 2007). Bu durum araştırma sonucuyla da örtüşmektedir. Araştırmada çalışanların aylık gelirler incelendiğinde kadın çalışanların daha çok 3250 TL ve altı ücret aldıkları; erkek çalışanların ise daha çok 3250 TL ve üzeri ücret aldıkları görülmektedir.

Kadınlar pozitif ayrıcalık da istememekte bunun farklı sosyolojik problemlere yol açacağına inanmakta ve bunun yerine eşitlik istemektedirler (Tükeltürk ve Perçin, 2008). Diğer bir ifadeyle kadınların çalışma hayatına kazandırılması için farklı ayrıcalıklar tanımak yerine eşitlik prensibiyle hareket edilmesi daha tutarlı ve yerinde olacaktır.

Kadınların çalışma yaşamında karşılaştıkları sorunlar ülkemizin geleneksel, ekonomik ve sosyo-kültürel yapısı ile yakından ilgilidir (Besler ve Oruç, 2010). Bu nedenle kadınların çalışma hayatına kazandırılması sağlanırken toplumsal yapıya da dikkat edilmesi önerilmektedir.

Kadınların çalışma hayatına katılımını artırılması için daha fazla çalışma yapılması önerilmektedir. Özellikle de kadın çalışanların çalışma hayatında

yüksek oranda yer aldığı ülkelerdeki örnek uygulamaların değerlendirilmesi önerilmektedir.

Kadınların ailevi sorumlulukları daha çok üstlenmesi nedeniyle bu sorumluluklarını yerine getirirken çalışma hayatına da devam edebilecekleri çalışma sistemleri geliştirilmelidir.

Çalışma hayatında yer alan kadınların özellikle de eğitilmiş ve evli kadınların çalışma hayatında tutunabilme nedenlerinin akademik olarak araştırılması ve çalışma hayatında yer alamayan kadınlara yayılmasını sağlamak için çalışmalar yapılmalıdır.

Kaynaklar

Aksu, A., Çek, F., Şenol, B. (2013). Kadınların Müdür Olmalarının Önündeki Cam Tavan ve Cam Tavanı Aşma Stratejileri'ne İlişkin İlköğretim Okulu Müdürlerinin Görüşleri.

Arulampalam, W., Booth, A. L., Bryan, M. L. (2007). Is there a glass ceiling over Europe? Exploring the gender pay gap across the wage distribution. *Industrial & Labor Relations Review*, 60(2), 163-186.

Bass, B. M., Avolio, B. J. (1994). Shatter the glass ceiling: Women may make better managers. *Human resource management*, 33(4), 549-560.

Başak, S. (2012). Cam tavanlar. *KÖK Araştırmalar KÖK Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 9(2), 119-132.

Besler, S., Oruç, İ. (2010). Türkiye'de ve Yazılı Basında Kadın Yöneticiler. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (1), 17-38.

Bingöl, D., Aydoğan, E., Şenel, G., Erden, P. (2011). Cam tavan sendromu ve kadınların hiyerarşik yükselmelerindeki engeller: TC. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı Ankara Merkez Teşkilatı örneği. *İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt 12, Sayı 1, 2011, 115-132

Bozkaya, G. (2013). Kadınların işgücüne katılımını belirleyen faktörler: türkiye üzerine bir analiz. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(5), 69-89.

Bruckmüller, S., Ryan, M. K., Rink, F., & Haslam, S. A. (2014). Beyond the glass ceiling: The glass cliff and its lessons for organizational policy. *Social Issues and Policy Review*, 8(1), 202-232.

Çetin, M., Atan, E. (2012). İlköğretim okullarında görev yapan kadın okul yöneticilerinin "cam tavan" a ilişkin algılarının incelenmesi.

İnandı, Y., Özkan, S., Peker, S., Atik, Ü. (2009). Kadın Öğretmenlerin Kariyer Geliştirme Engelleri. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(1), 77-96.

İnandı, Y., Tunç, B. (2012). Kadın öğretmenlerin kariyer engelleri ile iş doyum düzeyleri arasındaki ilişki. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 203-222.

Kozak, M. A., Dalkıranoglu, T. (2013). Mezun Öğrencilerin Kariyer Algılamaları: Anadolu Üniversitesi Örneği. *Anadolu University Journal of Social Sciences*, 13(1), 41-52.

Lyness, K. S., and Thompson, D. E. (1997). Above the glass ceiling? A comparison of matched samples of female and male executives. *Journal of applied psychology*, 82(3), 359.

Mizrahi, R., Aracı, H. (2010). Kadın Yöneticiler ve Cam Tavan Sendromu Üzerine Bir Araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 149-156.

Öğüt, A. (2006). Türkiye’de Kadın Girişimciliğin ve Yöneticiliğin Önündeki Güçlükler: Cam Tavan Sendromu. 56-78

Örücü, E., Kılıç, R., Kılıç, T. (2007). Cam tavan sendromu ve kadınların üst düzey yönetici pozisyonuna yükselmelerindeki engeller: Balıkesir ili örneği. *Celal Bayar Üniversitesi İİ BF Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14(2), 117-135.

Özkan, G. S., Özkan, B. (2010). Kadın Çalışanlara Yönelik Ücret Ayrımcılığı ve Kadın Ücretlerinin Belirleyicilerine Yönelik Bir Araştırma. *Çalışma ve Toplum*, 1, 91-104.

Öztaş, E., Doğan, S. N. (2015). Akademik Cinsiyet: Yıldız Teknik Üniversitesi Örneği Üzerinde Üniversite ve Toplumsal Cinsiyet. *Çalışma ve Toplum*, 5, 3, 191-222.

Özyer, K., Azizoğlu, Ö. (2014). İş Hayatında Kadınların Önündeki Cam Tavan Engelleri İle Algılanan Örgütsel Adalet Arasındaki İlişki. *AİBÜ-İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(1), 95-106.

Powell, G. N., Butterfield, D. A. (1994). Investigating the “glass ceiling” phenomenon: An empirical study of actual promotions to top management. *Academy of Management Journal*, 37(1), 68-86.

Sertkaya, O., Onay, M., & Ekmekçi, R. (2013). Spor Örgütlerinde Kadın Yöneticilere Yönelik Tutumların Belirlenmesi. *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 4(4), 1-13.

Soysal, A. (2010). Türkiye'de Kadın Girişimciler: Engeller Ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65(01), 83-114.

Tükeltürk, Ş. A., Perçin, N. Ş. (2008). Turizm sektöründe kadın çalışanların karşılaştıkları kariyer engelleri ve cam tavan sendromu: Cam tavanı kırmaya yönelik stratejiler. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(2), 113-128.

Vianen, A. E., Fischer, A. H. (2002). Illuminating the glass ceiling: The role of organizational culture preferences. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 75(3), 315-337.

Tokat Çamlıbel Mescidi

Tokat amlıbel Maşjid

Semra PALAZ YILDIRIM¹

Extented Abstract

amlıbel Maşjid located in Çamlıbel which is a town on Tokat-Sivas highway, is an example of square plan domed mosques in downstate, outside of Capital Konya and Akşehir. The structure consists of two parts in 12.5x7.5 meters dimensions in the east-west direction and is considerably lower than the road level. It is formed from rectangle entrance measuring 5.5x4 meters in front and a westward square plan mosque measuring 5.5 meters. Transition of horizontal rectangular entrance sections in the front entrance of square plan mosques which started to be seen from the beginning of the 13th century to narthex, took shape in the period of principalities and it was first applied to the Milas Haci Ilyas Mosque (1330) and developed there.

The quality and careful stone workmanship in the building suggests that it may have been built after the second half of the 13th century. However, the material-technical difference seen on the sides and walls of the structure, especially the dome and the passage, the simplicity of the mihrab and plaster marks indicate a later date. Today, an excavation work in the mud-clay structure before further ruin would provide information about its history and planning and help to find its place in the history of Anatolian Seljuks.

¹ Arş. Gör., Gazi Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, Sanat tarihi Bölümü, Beşevler/Ankara. E-mail: semrapalaz@hotmail.com.

Bu makale iThenticate programı ile taranmıştır.

Makale Gönderim Tarihi: 08/04/2017- Kabul Tarihi: 17/04/2017

Tokat Çamlıbel Mescidi ²

Öz

Çalışmada ele alınan Tokat amlıbel bucağında yol kenarında bulunan amlıbel Mescidi, planı ve mimari özellikleriyle tanıtılmaya çalışılmıştır. Hakkında fazlaca bilgi bulunmayan mescit, 13. yüzyıl ilk çeyreğinden itibaren özellikle Konya ve Akşehir gibi Selçuklu başkenti ve çevresinde görülmeye başlayan kare planlı tek kubbeli mescitlerin önünde Beylikler ve Osmanlı Dönemi'nde asıl şeklini alacak "son cemaat yeri" uygulamasının görüldüğü örnekler arasında bulunması açısından önemlidir.

Yapının, benzer örnekleriyle karşılaştırılarak dönem içindeki yeri ve tarihi ortaya konulmaya ve oldukça harap durumda olduğu için kurtarılması gereken bir kültür varlığı olarak tanıtılmaya çalışılmıştır.

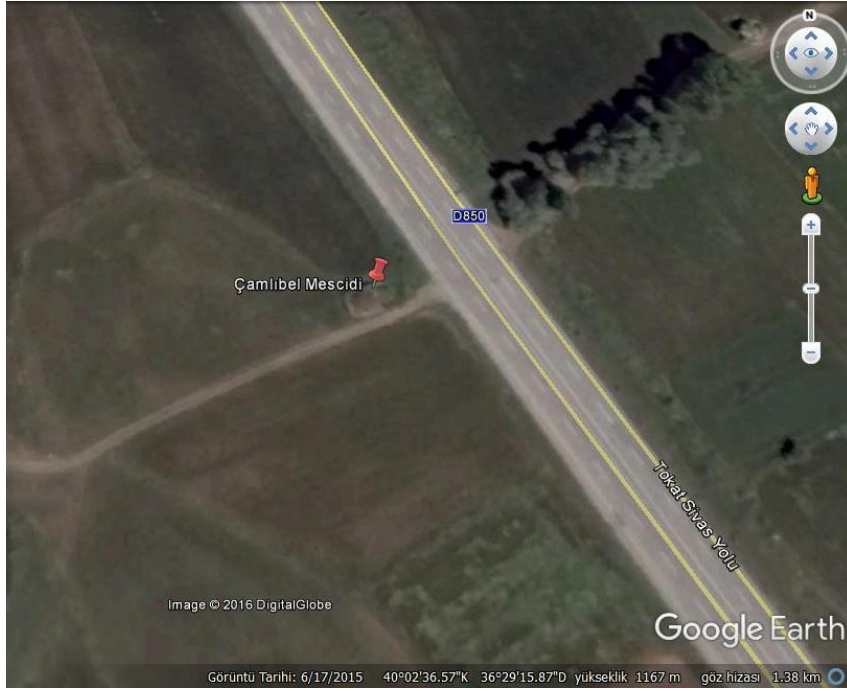
Anahtar Kelimeler: Tek kubbeli mescitler, son cemaat yeri, Tokat mescit, mescitlerde giriş bölümü.

1- Mimari Tanıtım

Tokat-Sivas yolu üzerinde, Tokat ili amlıbel bucağında Kargın Köyü'nün 1,75 km güneyinde hemen yol kenarında, boş bir arsa üzerinde bulunmaktadır³ (Fotoğraf 1-2).

² Gündoğdu, H.-A. Ali Bayhan Vd. (2006). *Tarihi Yaşatan İl Tokat*, Tokat, s.130'da yapı Dödü Mescidi olarak tanıtılmıştır.

³ Gündoğdu-Bayhan-vd., age., s.130; ANONİM. (2010). *Tokat ve İlçeleri Taşınmaz Kültür ve Tabiat Varlıkları Envanteri*, Tokat, Tokat Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, s.49.

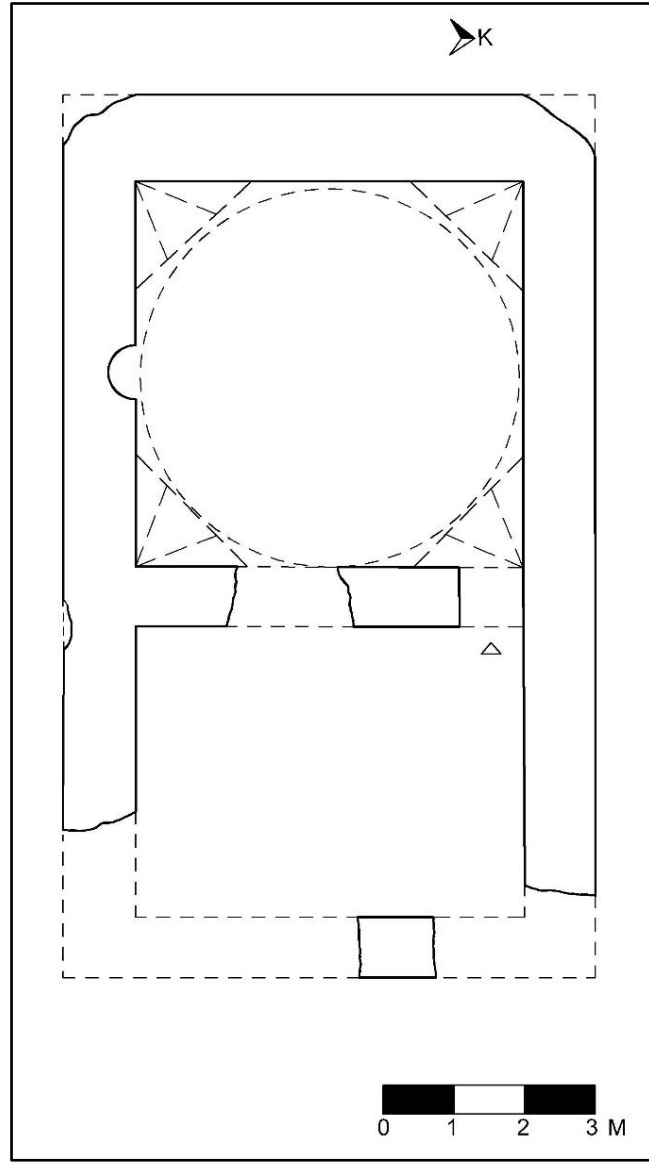


Fotoğraf 1 Uydu görünümü (Google earth, görüntü tarihi 17.06.02015, erişim tarihi 10.11.2016)



Fotoğraf 2 Çamlıbel Mescidi genel görünümü

Yapım kitabesi günümüze gelemeyen yapının tarihi, banisi ve mimarı hakkında herhangi bir bilgi bulunmamaktadır. Duvarlardaki malzeme ve teknik farklılıklardan yapının onarım gördüğü anlaşılabilir. Bu bilgilerin ne zaman olduğunu bugün için söylemek mümkün değildir. Bina, yol seviyesinden oldukça aşağıda kalmış, doğu-batı doğrultusunda 12,5x7,5 m boyutlarında iki bölümden oluşmaktadır. Doğuda 5,5x4 m ölçülerinde dikdörtgen giriş mekânı ile batısına bitişik 5,5 m ölçülerinde kare planlı ibadet mekânından oluşmaktadır (Çizim 1).



Çizim 1 Mescit Planı



Fotoğraf 3 Kuzey cephe



Fotoğraf 4 Güney cephe



Fotoğraf 5 Batı cephe



Fotoğraf 6 Doğu-Giriş Cephesi

Cepheler 4,75 m. yüksekliğe kadar ayakta. Ayrıca kubbe ile örtülü ibadet mekânının dışta 0.65 m. yüksekliğinde üzerinde hiçbir pencere açıklığı bulunmayan bir yalancı kasnağa sahip olduğunu gösteren izler mevcuttur (Fotoğraf 7).



Fotoğraf 7 Kubbe ve yalancı kasnak

Doğudaki giriş mekânının kuzey ve güney cephelerinin temel kısımları, doğu cephesinin ise kuzeyinden bir bölümünün temeli kalmıştır. Mekânın batısında, ibadet mekânının giriş cephesi olan doğu cephesinin kuzeyinde bulunan düşey dikdörtgen formundaki düzgün açıklığın ibadet mekânına geçişi sağlayan kapı olduğu anlaşılmaktadır. Cephenin güneyinde üst seviyeye kadar yıkık olan bölümün, burada bulunan mazgal tipindeki bir pencere açıklığının zamanla büyümesiyle oluştuğu düşünülmektedir⁴. Üst seviyede örtüye geçişte görülen kiriş yuvaları ise, öndeki doğu bölümün ahşap çatılı sundurma şeklinde bir mekân olduğuna işaret etmektedir (Fotoğraf 8).

⁴ Gündoğdu-Bayhan vd. , a.g.e., s. 680’de çizim 30’da yayınlanan planda pencere olarak işlenmiştir.



Fotoğraf 8 Doğu mekân, batı duvarı ve mescit



Fotoğraf 9 Kapı açıklığı dış (2010)

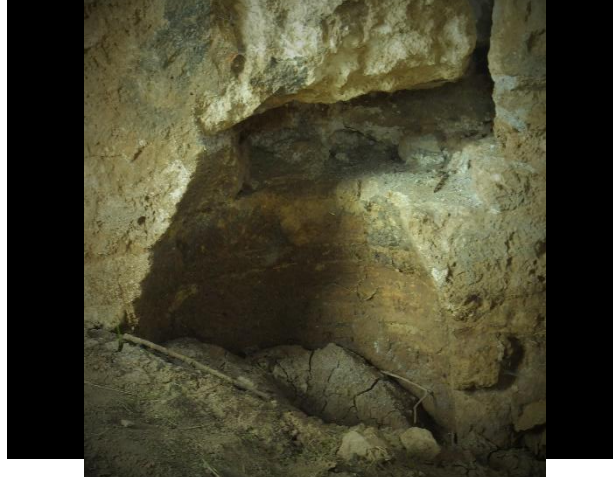


Fotoğraf 10 Kapı açıklığı iç

İbadet mekânı, çamur ve balçık ile dolmuş, zemini kubbe eteğine kadar 2 m. yükselmiştir. Güney duvarı ekseninde üst bölümü görülen sıvalı ve kırmızı boyamalı mihrap nişi yarım daire şeklindedir⁵ (Fotoğraf 11). Mekânın içinde kaçak kazı yapıldığına dair çukurlar ve ateş yakıldığı için duvarlarda ve kubbede kararmalar dikkati çeker (Fotoğraf 13 ve 15). Örtüye yakın bölümlerde yer yer kareye yakın forma sahip kiriş yuvalarının örtüye destek sağlayan hatıllara ait olduğu anlaşılmaktadır. Mekânın örtüsü köşelerde çeyrek dilim şeklinde üçgenlere oturan kesme taş örgülü 5,5 m çapında kubbedir (Foto 15). Kubbe eteğinde çift sıra silme kuşağı vardır (Foto 14). Kubbede yer yer görülen açıklıkların pencere açıklığı olup olmadığı belli değildir. Büyük ihtimalle zamanın meydana getirdiği

⁵ Mihrap, 0,45 m derinliğinde ve 0,71 m çapındadır.

yıpranmadan kaynaklanmaktadır. Bu durum örtünün zarar gördüğü ve tehlike arz ettiğini; bir an önce kurtarılması gerektiğini göstermektedir (Fotoğraf 15).



Fotoğraf 11 Güney duvar ve mihrap nişi



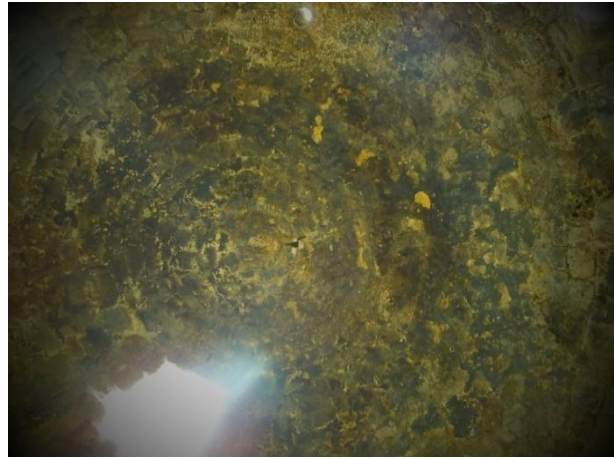
Fotoğraf 12 Mihrapta kırmızı boya



Fotoğraf 13 Duvarlarda is lekesi



Fotoğraf 14 Türk üçgeni



Fotoğraf 15 Kubbe

Yapıda malzeme olarak cephelerde ve kubbeye moloz taş, binanın giriş cephesinde, kapı açıklığında, ön mekânda, kubbe eteğinde ve kubbeye yer yer kabayonu ve kesme taş malzeme dikkati çekerken içte, kubbe eteğinde ve kubbeye geçiş öğelerinde itinalı bir işçilik gösteren duvar örgüsüne sahiptir.

2- Karşılaştırma-Değerlendirme

Kare mekânlı ve tek kubbeli mescitlerin örnekleri 13. yüzyıl başından itibaren görülmeye başlar. İlk örneklerini özellikle Orta Anadolu'nun Konya, Akşehir gibi merkezlerinde gördüğümüz bu mescitler daha sonra Batı Anadolu'da Beylikler ve Osmanlı Dönemi'nde yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır⁶. En erken örneği 1215 Konya'da Hacı Ferruh Mescidi'dir⁷. Diğer örnekler Beşarebey Mescidi (1216)⁸, Alanya'da Akşehir Mescidi (1230), Karatay Mescidi (1248)⁹, Akşehir'de Taş Medrese Mescidi (1250), günümüzde yıkılmış olan Konya İnce Minareli Medrese Mescidi (1260-65), Hoca Hasan Mescidi (13. Yüzyıl)¹⁰, Aksinne Dibekli Mescidi (13. Yüzyıl), Zenburi Mescidi, Tahir ile Zühre Mescidi (13. Yüzyıl), Sırçalı Mescit (13. yüzyıl ikinci yarısı), ve Beyhekim Mescidi (13. yüzyıl ikinci yarısı) olarak sıralanabilir¹¹. Bu örneklerden Konya'da bulunan Sırçalı Mescit ve İnce Minareli Mescidi ile Akşehir Taş Medrese Mescidi'nin giriş bölümü revak şeklinde açık, diğerlerinde kapalı bölümler şeklinde tonoz örtülüdür. Beylikler devrinde gelişerek ve ilk olarak Milas Hacı İlyas Camisi'nde (1330) uygulanarak gelişen¹², son şeklini Osmanlı Dönemi cami mimarisinde bulan son cemaat yerinin ilk örneklerini temsil eden bu bölümlerin geç kalanların namaz kılması için değil de, daha çok toplanma ve sohbet etme yeri gibi düzenlendiği anlaşılmaktadır¹³.

M. Katoğlu bu mescitleri dört grupta incelemektedir:

- a- İlkel denilen her taraftan duvarlarla kapalı, mescit ve sokağa birer kapı ile bağlanan ve tonozlu olanlar (Küçük Karatay, Beşarebey mescitleri)
- b- Her taraftan kapalı, mescit ve dışarıya pencere ve kapılarla bağlananlar (Hacı Ferruh, Aksinne Dibekli mescitleri)
- c- İki taraftan kapalı, revak şeklinde olanlar (Sırçalı, Akşehir Taş Medrese, İnce Minareli Medrese mescitleri)

⁶ S. Dilaver. (1970-71). Anadolu'da Tek Kubbeli Selçuklu Mescitlerinin Mimarlık Tarihi Yönünden Önemi. *Sanat Tarihi Yıllığı*, 4, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sanat Tarihi Enstitüsü, s. 17.

⁷ M. Katoğlu. (1966). 13. Yüzyıl Konya'sında Bir Cami Grubunun Plan Tipi ve Son Cemaat Yeri. *Türk Etnografya Dergisi*, 9, Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi, s. 82. Ö. Bakırer, (1969). Hacı Ferruh Mescidi. *Vakıflar Dergisi*, 8, Ankara, s. 171-184.

⁸ Katoğlu, a.g.m., s. 82.

⁹ Karpuz, H. *Türk Kültür Varlıkları Envanteri Konya 42*, Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi, 2009, s. 207-208.

¹⁰ Katoğlu, a.g.m., s. 84.

¹¹ Katoğlu, a.g.m., s. 82-86'da tek kubbeli ve giriş bölümünden oluşan mescitleri kısaca tanıtmaktadır.

¹² Dilaver, a.g.m., s.22.

¹³ Katoğlu, a.g.m., s. 87. Dilaver, a.g.m., s. 19-20.

d- Ana mekân önünde kapalı ve iki ya da üç parçadan meydana gelenler (Tahir ve Zühre, Beyhekim mescitleri)

Çamlıbel Mescidi'ni bu gruplardan ikinci ve üçüncü grup içinde incelemek mümkündür¹⁴. Zira ahşap çatılı sundurma şeklindeki giriş mekânının temel seviyesine kadar yıkılmış ve büyük bölümünün toprak altında olması nedeniyle yapının giriş bölümü ya kapalı bir mekân ya da revak şeklinde bir düzenlemeye sahip olmalıdır. Nitekim son cemaat yerinin 13. yüzyıl başından itibaren önce kapalı, sonra yanlardan kapalı ve revak şeklinde, tonozlu form gelişimini takip ettikleri söylenebilir¹⁵.

İlk grupta bulunan Beşarebey (M. 1213) ile ikinci grupta yer alan Aksinne Dibekli Mescidi (13. yüzyıl) Çamlıbel Mescidi gibi Türk üçgenleriyle geçişli bir kubbe ile örtülüdür. Ayrıca; Aksinne Dibekli Mescidi 5,45 m. ölçüsündeki ibadet mekânı ile Çamlıbel Mescidi ile hemen hemen aynı boyutlardadır (Çizim 4-5). İkinci grupta değerlendirilen Hacı Ferruh Mescidi (M. 1215)¹⁶, kuzey-güney yönünde uzanması ve giriş mekânının doğuda bulunması ile Çamlıbel Mescidi'ni hatırlatır (Çizim 2). İbadet mekânında Çamlıbel Mescidi gibi hiçbir pencere açıklığı bulunmayan bina, doğu cephe ekseninde bulunan bir kapıya sahiptir ve iki yanda bulunan pencerelerle aydınlanmaktadır.

Konya Hoca Hasan Mescidi ve Çamlıbel Mescidi gibi kubbesinin kasnaksız, duvar içine gömülü ve Türk üçgenleri ile geçilmesi bu mescitlerin genel özellikleri arasındadır¹⁷. Yapılarda genel olarak bina kütlelerinde moloz-kabayonu-kesme taş malzeme, kubbeye geçiş öğeleri ve kubbeye tuğla malzeme kullanılmıştır¹⁸. Çamlıbel Mescidi'nde ise yapının bütününe olduğu gibi kubbe ve geçiş öğeleri de içte kesme, dışta moloz taştır.

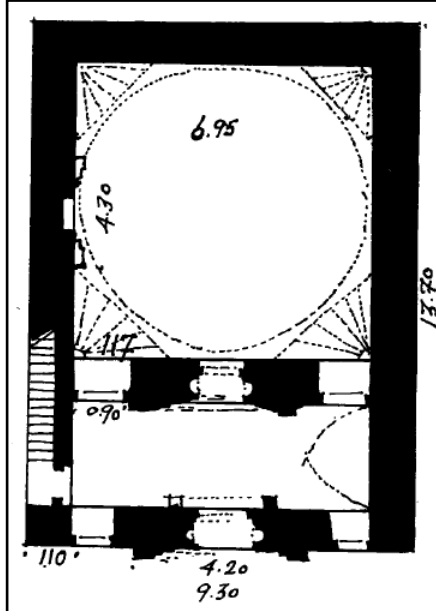
¹⁴ Katoğlu, a.g.m., s. 87'de bu yapıları dört grupta incelemiştir: a- ilkel denilen her taraftan duvarlarla kapalı, mescit ve sokağa birer kapı ile bağlanan tonozlu olanlar; b- her taraftan kapalı, mescit ve dışarıya pencere ve kapılarla bağlananlar; c- iki taraftan kapalı, revak şeklinde olanlar; d- ana mekân önünde kapalı ve iki ya da üç parçadan meydana gelenler.

¹⁵ Katoğlu, a.g.m., s. 88; Dilaver, a.g.m., s. 22.

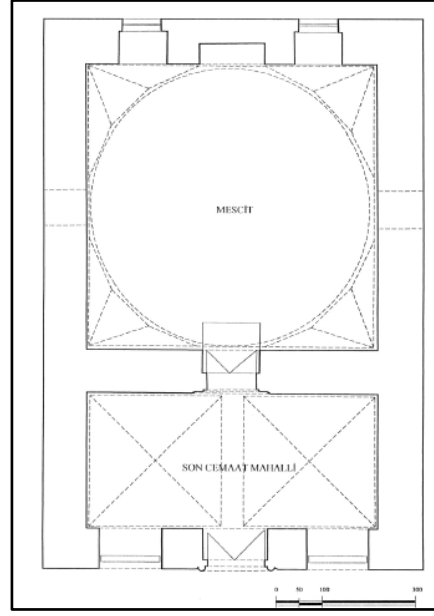
¹⁶ Bakırer, a.g.m.

¹⁷ Katoğlu, a.g.m., s. 87. Okçuoğlu, T. (1995). *Anadolu Selçuklu Mescitlerinde Kubbeye Geçiş Alanının Değerlendirilmesi*, İstanbul Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 1995, s. 18-20.

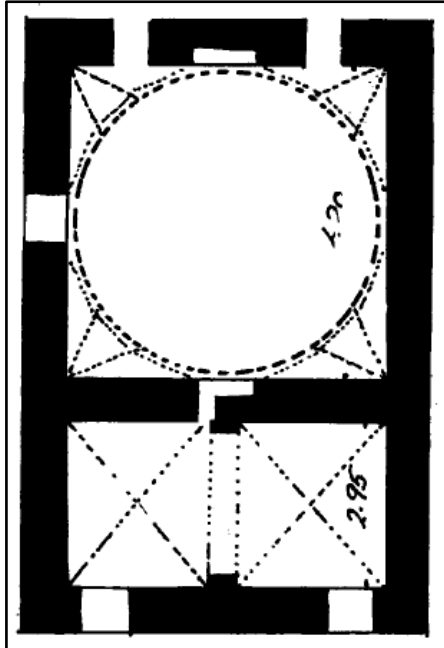
¹⁸ Okçuoğlu, a.g., s. 21'de Yalnız Konya Taş Mescit'in tromplarında taş malzeme kullanıldığına değinilir.



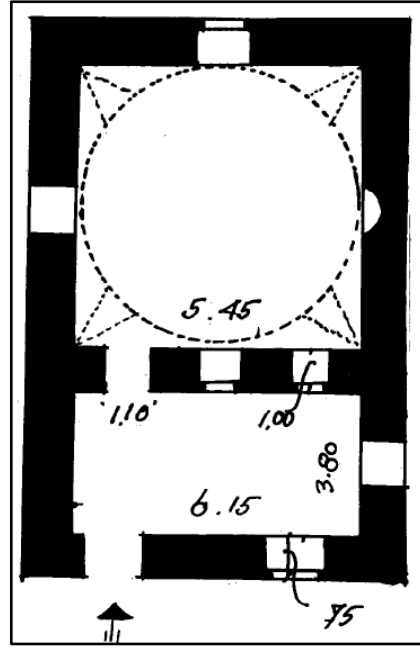
Çizim 2 Hacı Ferruh Mescidi (Katoğlu, 1966)



Çizim 3 Karatay Mescidi (Karpuz, 2009)



Çizim 4 Beşarebey Mescidi (Katoğlu, 1966)



Çizim 5 Aksinne Dibekli Mescidi (Katoğlu, 1966)

Çamlıbel Mescidinin ön mekânının doğu duvarı dışında temelleri görülen duvarları ile M. Katoğlu tarafından yapılan tipolojik grupta yer alan mescitlerle hem ölçü hem de plan itibariyle gösterdiği benzerlik, bu yapıların başkent Konya ve Akşehir dışında Tokat gibi taşrada bulunan bir yerde uygulanması açısından önemlidir. Ayrıca; doğudaki giriş mekânı ile

Çamlıbel Mescidi, Beylikler Devrinde gelişerek Osmanlı Dönemi'nde son şeklini alan "son cemaat yeri" uygulamasının ilk örneklerinin görüldüğü mescitlerden biridir¹⁹.



Çiftlik Hanı



Çiftlik Hanı batı sahnin pencere ve tonoz örtü, malzeme-teknik

H. Gündoğdu, 2 km. kuzeyinde bulunan ve Mahperi Huand Hatun tarafından M. 1238-39 yıllarında yapıldığı düşünülen Çiftlik Hanı²⁰ ile da binanın malzeme-teknik özelliklerinin benzediğini söylemekte ve her iki yapıya aynı tarihi vermektedir²¹. Ancak, yapının han ile çağdaş olup olmadığını kesin olarak söylemek mümkün değildir. Zira özellikle cephelerde görülen moloz taş örgü sistemindeki farklılık bu görüşü çürütmektedir. Çamlıbel Mescidi'nin cephelerinde bir onarım olduğunu kabul etmekle birlikte, yapı içinde görülen kaliteli ve özenli işçiliğin, moloz taş dolgulu ve kesme taş kaplamalı bir teknikle inşa edildiği anlaşılan hanın içindeki malzeme-teknik özellikleri ile

¹⁹ Katoğlu, a.g.m., s.87'de Anadolu'da yaşayan bir özellik olarak misafirin ağırlandığı bir yer olduğunu söylemektedir.

²⁰ K. Erdmann, (1961). *Das Anatolische Karavansaray Des 13. Jahrhunderts*, I, Katalog-Text, Berlin, s.156-158. Gündoğdu-Bayhan-vd., a.g.e., s. 240. S. Palaz Yıldırım. (baskıda). *Çiftlik Han. Anadolu Selçuklu Dönemi Kervansarayları*, Ankara: TTK Basımevi.

²¹ Gündoğdu-Bayhan-vd., a.g.e., s.130

kısmen de olsa benzediğini söylemek de mümkündür. Yine de kesin bir fikir söylemek için daha somut kanıtlara ihtiyaç vardır.

3- Sonuç

Kare planlı tek kubbeli mescitlerin, önündeki giriş mekânı ile birlikte görülmeye başlandığı 13. yüzyıl ilk çeyreğinden son çeyreğine kadar geçen bir sürede inşa edilmişlerdir. Çamlıbel Mescidi, malzeme-teknik açısından özellikle kubbe ve geçiş ögesi, mihraptaki sadelik ve sıva izleri ile diğer örneklerinden ayrılmakta ve muhtemelen 13. yüzyıl ikinci yarısından sonraki bir dönemde inşa edildiği düşünülmektedir. Ancak, binanın tarihi ve daha birçok mimari özelliklerini anlamak için yarısına kadar toprak dolgu ve çamur-balçık içinde kalan yapıda yapılacak bir kazı çalışması, daha kapsamlı bilgilere ulaşılmasını sağlayacaktır. Giderek yıkılmaya yüz tutan, son cemaat yeri uygulamasının başkent ve çevre bölgeleri dışında görüldüğü yer dikkate alınırca bu küçük mescit, bir an önce kurtarılarak gelecek kuşaklara aktarılmalı ve *Selçuklu Eserleri* içindeki hak ettiği değeri almalıdır.

KAYNAKÇA

- ANONİM. (2010). *Tokat ve İlçeleri Taşınmaz Kültür ve Tabiat Varlıkları Envanteri*, Tokat: Tokat Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.
- BAKIRER, Ö. (1969). Hacı Ferruh Mescidi. *Vakıflar Dergisi*, 8, Ankara, 171-184.
- DİLAVER, S. (1970-71). Anadolu'da Tek Kubbeli Selçuklu Mescitlerinin Mimarlık Tarihi Yönünden Önemi. *Sanat Tarihi Yıllığı*, 4, İstanbul, 17-28.
- ERDMANN, K. (1961). *Das Anatolische Karavansaray Des 13. Jahrhunderts*, I, Katalog-Text, Berlin.
- GÜNDOĞDU, H.-A. Ali Bayhan Vd. (2006). *Tarihi Yaşatan İl Tokat*, Tokat.
- KATOĞLU, M. (1966). 13. Yüzyıl Konya'sında Bir Cami Grubunun Plan Tipi ve Son Cemaat Yeri. *Türk Etnografya Dergisi*, 9, Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi, 81-100.
- KARPUZ, H. (2009). *Türk Kültür Varlıkları Envanteri Konya 42*, Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- OKÇUOĞLU, T. (1995). *Anadolu Selçuklu Mescitlerinde Kubbeye Geçiş Alanının Değerlendirilmesi*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- PALAZ Yıldırım, S. (baskıda). Çiftlik Han. *Anadolu Selçuklu Dönemi Kervansarayları*, Ankara: TTK Basımevi.

Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi

Yazım Kuralları

Makaleler, A4 sayfa düzeninde olmalıdır. Yazılar düz metin olarak tek sütun hâlinde yazılmalıdır. Sayfa düzeni yapılırken üstten 5 cm, alttan 5,5 cm, sağ ve soldan 4, 5 cm boşluk bırakılmalıdır. Yazı karakteri " Palatino Linotype" olmalı ve yazılar 10 punto büyüklüğünde tek satır aralığı kullanılarak iki yana yaslanmış formatta düzenlenmelidir. Başlıklar arasında iki satır aralığı bulunmalıdır.

Şekiller soldan 5 cm girintili olacak şekilde sağna ve soluna başka bir yazı gelmeksizin uygun yerlere yerleştirilmelidir. Diyagram ve grafikler 10 x 15 cm'den büyük olmayacak şekilde çizilmiş olmalıdır. Her şeklin bir numarası ve alt yazısı olmalı, kaynak kullanılmış ise parantez içinde şekil altına yazılmalıdır. Tablo yazısı ve tablo numarası, tablonun üstüne ve sola dayalı olarak verilmeli; içeriği tablo numarasının yanında başlık olarak açıklanmalıdır. Tablo başlığındaki her sözcüğün ilk harfi büyük olmalıdır. Tablo içeriği 10 punto büyüklükte olmalı ve satırların öncesinde ve sonrasında boşluk verilmeksizin ayarlanmalıdır.

Makale Gönderme

Dergimize gönderilecek makaleler uzun özet, kaynakça, referanslar ve tablolar dahil olmak üzere tercihen 25 sayfayı geçmemelidir. Makalelerin dergi sisteminde yer alan makale yazım kurallarına uygun olması gerekmektedir. Aday makaleler öncelikle editör tarafından incelenmektedir. Daha sonra amaç, kapsam, içerik ve benzeri değişkenler açısından uygun görülen makaleler konu alanında uzman hakemlere gönderilmektedir. Hakemlerden gelen geri dönüşler doğrultusunda makalenin yayınlanıp yayınlanmamasına karar verilmektedir. Makalenin yayınlanabilmesi için hakemlerden en az ikisinin "yayımlanabilir" görüşünde olması gerekmektedir.

Dergimize kabul edilecek olan makalelerin, daha önce herhangi bir dergide veya kongre bildiri kitabında basılmamış olması gerekmektedir. Bu Dergimize makalelerinizi <http://dergipark.gov.tr/adresinden> "Kullanıcı sayfası" sekmesine tıklayıp sisteme üye olmak yoluyla ulaştırabilirsiniz.

Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi

Örnek Makale Şablonu

Makalenin Türkçe ve İngilizce başlığı 10 Punto palatinolintotype yazı tipi kullanılarak 1 satır aralığı ile yazılmalıdır.

Ad Soyad* (birinci yazar 10 punto)

Ad Soyad** (ikinci yazar 10 punto)

....(diğer yazarlar)

[*, ** Hakem değerlendirme s¼recindeki makalelerde bu kısım boş bırakılacaktır. Makaleniz kabul edildikten sonraki versiyonda bu kısmı doldurunuz.]

Introduction

Methods

Findings

Conclusion

Öz

Yazının ilk sayfasında, en az 150 en fazla 250 kelimedenden oluşur. Özet 10 punto tek satır aralığı "Palatino Linotype" yazım biçimi kullanılarak yazılmalıdır. Araştırma özetinde çalışmanın amacına, yöntemine, uygulama grubuna, veri toplama araçlarına ve kısaca çalışmanın sonucuna yer verilmelidir.

Anahtar Kelimeler: Konuya ilişkin olarak 3-5 kelimeyi geçmeyecek şekilde anahtar kelimelere yer verilmelidir.

Abstract

Çalışmanın İngilizce özeti 150-250 kelimeyi geçmemelidir ve 10 punto tek satır aralığı "Palatino Linotype" yazım biçimi kullanılarak yazılmalıdır.

Keywords: Konuya ilişkin 3-5 İngilizce anahtar kelimeye yer verilmelidir.

Giriş

Araştırmacılar bu bölümde araştırma konusunun genel özelliklerine ve konuyla ilişkili araştırmalara da yer vermelidirler. Makalede literatür gösterilerek atıf alınan cümleler dikkatle seçilmeli ve etik kurallara aykırı atıf gösterilmemelidir. Üç yazardan fazla yazar içeren makaleler kaynak olarak gösterildiğinde tüm yazarların soyadları yerine ilk yazarın soyadı yazılmalıdır (Ertuğrul ve diğerleri, 2012). Üç ve üç den az yazarlı makalelerde ise tüm yazarların soy isimlerine ve yayın tarihine mutlaka yer verilmelidir (Çakır ve Savran, 2012). Eğer bir makaleden bir cümle değiştirilmeden doğrudan alıntı yapılıyorsa atıf olarak sayfa numarası da verilmelidir (Duran, 2012: 32).

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu bölümde ilgili araştırmanın amacının ne olduğu açık ve net bir biçimde yazılmalıdır. Ayrıca çalışmanın literatüre sağlayacağı katkılara kısaca değinilerek araştırmanın önemine yer verilmelidir.

Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada kullanılan yöntemin desenine çalışmanın yer verilmelidir. Çalışmanın betimsel veya deneysel özellik taşıyıp taşıymasına göre araştırmanın deseni doğru olarak belirlenmelidir.

Çalışma Grubu-Evren ve Örneklem

Çalışmanın bu bölümünde gerçekleştirilen çalışmanın araştırma desenine göre çalışma grubuna veya evren-örnekleme yer verilmelidir. Çalışmada evren-örneklem seçimine gidildiyse mutlaka belirlenen evrenden örneklemin nasıl seçildiği vurgulanmalıdır.

Veri Toplama Araçları

Çalışmada kullanılan veri toplama araçlarına ve söz konusu veri toplama araçlarının güvenilirliklerine çalışmanın bu bölümünde ayrıntılı olarak yer verilmelidir. Eğer veri toplama araçları araştırmacılar tarafından geliştirildiyse söz konusu veri toplama araçlarının geliştirme sürecine değinilmelidir. Çalışmada başka araştırmacılar tarafından geliştirilen veri toplama araçları kullanılmış ise söz konusu ölçme araçlarının kullanımı için yazarlardan yazılı iznin alınması gerekmektedir.

Araştırmada birden fazla veri toplama aracı kullanılmış ise ayrı başlıklar altında veri toplama araçlarının genel özellikleri belirtilmelidir.

Deneysel İşlem Yolu

Araştırma deneysel bir nitelik taşıyorsa, araştırma süresince uygulanan deneysel işlem yoluna çalışmanın bu bölümünde ayrıntılı, açık ve anlaşılır bir biçimde yer verilmelidir.

Verilerin Analizi ve Kullanılan İstatistiksel Teknikler

Araştırmada elde edilen verilerin analizde kullanılan uygun istatistiksel tekniklere ve bu tekniklerin seçilme nedenlerine kısaca çalışmanın bu bölümünde yer verilmelidir.

Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde elde edilen verilerin analizi sonucunda ulaşılan bulgulara yer verilmelidir. Araştırma bulguları tablolar, grafikler veya şekiller kullanılarak sunulabileceği gibi yazım yoluyla da açık ve anlaşılır bir biçimde olmak koşuluyla sunulabilir.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Araştırmanın bulgularına dayalı olarak ulaşılan sonuçlara çalışmanın bu bölümünde yer verilmelidir. Araştırmadan elde edilen sonuçlar literatürde yer alan diğer araştırma sonuçlarıyla karşılaştırılmalı ve bu sonuçlarla birlikte söz konusu araştırmanın sonuçlarının nedenleri tartışmalıdır.

Tamamen araştırmanın sonuçlarına dayalı olarak gelecekte yapılacak olan çalışmalara ışık tutacak nitelikte araştırmacılara ve okuyuculara önerilere de bu bölümde yer verilmelidir.

Kaynakça

Atıf, kaynakça ve dipnot gösterimleri, American Psychological Association (APA) kaynakça gösterme sisteminin son hâli dikkate alınarak yapılmalıdır. **Kaynak gösterme kuralları ile ilgili ayrıntılı bilgi <http://www.apastyle.org/learn/index.aspx> sitesinden edinilebilir.**

GÖNDERİ KONTROL LİSTESİ

Başvuru sürecinde yazarlar gönderilerinin aşağıdaki listede bulunan tüm maddelere uygunluğunu kontrol etmelidirler, bu rehber uymayan başvurular yazarlara geri gönderilecektir.

1. Gönderilen yazı daha önceden yayınlanmamış ve herhangi bir dergiye değerlendirilmek üzere sunulmamıştır (veya Editöre Notlar kısmında bir açıklama yapılmıştır).
2. Gönderi dosyası Microsoft Word veya WordPerfect dokümanı dosyası biçimindedir
3. Mevcut olduğu durumlarda referansların URL'leri verilmiştir
4. Metin tek satır aralıklı, 10 punto ile yazılmış, altını çizme yerine italik kullanılmış (URL adresleri hariç) ve tüm şekil, resim ve tablolar sayfa sonu yerine metin içinde uygun kısımlara yerleştirilmiştir. Baskı için, resimlerin kaliteli kopyalarını ek dosya olarak gönderiniz. Gönderilen dosyanın boyutu çok fazla ise, sistem almayabilir. Böyle durumlarda yazıyı bölüp, diğer bölümleri ek dosya olarak tek tek gönderebilirsiniz.
5. Metin, "Dergi Hakkında" kısmındaki [Yazar Rehberi](#)'nde belirtilen biçimsel ve bibliyografik gerekliliklere uygun olarak hazırlanmıştır.
6. Hakem incelemesinden geçen yazıların yayınlandığı bir dergi bölümüne makale gönderilirken, [Kör Hakemlik](#) linkinde verilen talimatlar uygulanır.
7. Dergimize yayımlanan makaleler iThenticate intihal programı ile taranmaktadır. İntihal tespit programı tarafından raporlama işlemi sonrasında alınan raporda belirtilen benzerlik oranı, "alıntılar hariç" yapıldığından %15'i, "alıntılar dahil" yapıldığında ise %30'u geçmemelidir. Geçtiği takdirde yazara iade edilecektir.

TELİF HAKKI DÜZENLEMESİ

Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'ne yayımlanması için değerlendirilmek üzere gönderilen makalelerin yayıma kabul edilmesi durumunda tüm yayın hakları süresiz olarak *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*'ne aittir.

GIZLILIK BEYANI

Bu dergi sitesindeki isimler ve eposta adresleri sadece bu derginin belirtilen amaçları doğrultusunda kullanılacaktır; farklı herhangi bir amaç için veya diğer kişilerin kullanımına açılmayacaktır.

Adres: Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Telefon: 0276 221 21 60

Faks: 0276 221 21 61

E-Posta: sosyaldergi@usak.edu.tr