



GUSBEED

GÜMÜŞHANE  
ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER  
ENSTİTÜSÜ  
ELEKTRONİK  
DERGİSİ

2020

Year / Yıl :

2020

Volume / Cilt :

11

Number / Sayı :

1

# **GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ**

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ELEKTRONİK DERGİSİ

Yıl: 2020 / Cilt: 11 / Sayı: 1

# **GÜMÜŞHANE UNIVERSITY**

INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES

ELECTRONIC JOURNAL

Year: 2020 / Volume: 11 / Issue: 1

ISSN: 1309-7423



**Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi**

**Yıl: 2020 / Cilt: 11 / Sayı: 1**

**Gümüşhane University Electronic Journal of The Institute of Social Sciences**

**Year: 2020 / Volume: 11 / Issue: 1**

### **Sahibi / Owner**

Prof. Dr. Halil İbrahim ZEYBEK / Gümüşhane Üniversitesi Rektörü

### **Baş Editör / Editor in Chief**

Doç. Dr. Salih YILDIZ

### **Editör Kurulu / Editorial Board**

Dr. Öğr. Üyesi Hikmet Gülçin BEKEN

Dr. Öğr. Üyesi Muhlis ÖZDEMİR

Dr. Öğr. Üyesi Büşra TOSUNOĞLU

### **Bilim ve Danışma Kurulu / Science and Advisory Board**

Prof. Dr. Musa PINAR (Valparaiso University)

Prof. Dr. Ömer TORLAK (Rekabet Kurumu)

Prof. Dr. Bünyamin ER (Karadeniz Teknik Üniversitesi)

Prof. Dr. Fazıl KIRKBİR (Karadeniz Teknik Üniversitesi)

Prof. Dr. Ekrem CENGİZ (Gümüşhane Üniversitesi)

Prof. Dr. Bayram NAZIR (Gümüşhane Üniversitesi)

Prof. Dr. Coşkun TOPAL (Karadeniz Teknik Üniversitesi)

Prof. Dr. Kemal ÇELİK (Gümüşhane Üniversitesi)

Prof. Dr. Ahmet Vecdi CAN (Sakarya Üniversitesi)

Prof. Dr. Hayati BEŞİRLİ (Gazi Üniversitesi)

Prof. Dr. Zakir AVŞAR (Gazi Üniversitesi)

Prof. Dr. Dursun Ali AKBULUT (Ondokuz Mayıs Üniversitesi)

Prof. Dr. Cevdet YILMAZ (Ondokuz Mayıs Üniversitesi)

Prof. Dr. Ali UZUN (Ondokuz Mayıs Üniversitesi)

### **İletişim Adresi / Contact Address**

Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi

Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Bağlarbaşı 29100 / GÜMÜŞHANE

Tel: 0 456 233 12 29 Dahili: 4310 / Fax: 0456 233 12 32

E:mail: sbedergi@gumushane.edu.tr / <http://sbedergi.gumushane.edu.tr/>

© Her hakkı saklıdır. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi (GUSBEED) yılda üç kez yayınlanan bilimsel, uluslararası indeksli ve hakemli bir dergidir. Dergide yayınlanan çalışmalardaki görüş ve düşünceler yazarların kendilerine ait olup hiçbir şekilde derginin görüş ve düşüncesi olarak ifade edilemez. Dergideki çalışmalar referans gösterilerek kullanılabilir. Yayın dili, Türkçe ve İngilizce olan GUSBEED, **EBSCO** ve **ULAKBİM (TR Dizin)** tarafından taranmaktadır.



# Sayı Hakemleri

## Referees of Issue

**Binhan Yılmaz** / İstanbul Üniversitesi  
**Barış Yıldız** / Gümüşhane Üniversitesi  
**Ulaş Akküçük** / Boğaziçi Üniversitesi  
**Onur Öney** / İstanbul Üniversitesi  
**Ali Osman Kuşakçı** / İbn Haldun Üniversitesi  
**İskender Peker** / Gümüşhane Üniversitesi  
**Ercan Özen** / Uşak Üniversitesi  
**Uğur Sevim** / Giresun Üniversitesi  
**Aygül Anavatan** / Pamukkale Üniversitesi  
**Ferhat Topbaş** / İzmir Demokrasi Üniversitesi  
**Aydın Görmez** / Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
**Emel Yıldız** / Gümüşhane Üniversitesi  
**Hilal Kazu** / Fırat Üniversitesi  
**Fikri Güney** / Gümüşhane Üniversitesi  
**İrep Bayat** / Mersin Üniversitesi  
**Gülsüm Çalışır** / Gümüşhane Üniversitesi  
**Ramazan Arslan** / Bartın Üniversitesi  
**H. Gülçin Beken** / Gümüşhane Üniversitesi  
**Fatih Damlıbağ** / Gümüşhane Üniversitesi  
**Selma Aytüre** / Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi  
**Yelda Korkut** / Atatürk Üniversitesi  
**H. Dilara Keskin** / Karadeniz Teknik Üniversitesi  
**Birgül Taşdelen** / Gümüşhane Üniversitesi  
**Beyza Gültekin** / Hacettepe Üniversitesi  
**Muhammet Bahadır** / Ondokuz Mayıs Üniversitesi  
**İbrahim Kopar** / Gümüşhane Üniversitesi  
**Ersin Diker** / Gümüşhane Üniversitesi  
**Ramazan Aksoy** / Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi  
**Suzan Çoban** / Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

**Muhlis Özdemir** / Gümüşhane Üniversitesi  
**Mehmet Marangoz** / Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi  
**Salih Yıldız** / Gümüşhane Üniversitesi  
**Korhan Karacaoğlu** / Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniv.  
**Ümit Başaran** / Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi  
**Ahmet Mutlu Akyüz** / Gümüşhane Üniversitesi  
**M. Ferhat Özbek** / Gümüşhane Üniversitesi  
**Tarhan Okan** / Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi  
**Mehmet Kenan Terzioğlu** / Trakya Üniversitesi  
**Büşra Tosunoğlu** / Gümüşhane Üniversitesi  
**Korhan Gökmenoğlu Karakaya** / Doğu Akdeniz Üniv.  
**Gülbahar Üçler** / Ahi Evren Üniversitesi



# İçindekiler

## Contents

- Fethullah Göçer**
- 01** Sezgisel Bulanık Küme Temelli Entegre AHP ve MULTIMOORA Yöntemleriyle Bilimsel Araştırma Projesi Süreç Yönetim Sistemi Seçimi  
Selection of Information Management System for Scientific Research Project using Integrated AHP and MULTIMOORA Approaches under Intuitionistic Fuzzy Sets Environment  
*Araştırma Makalesi [Research Paper]*
- Fatih Güçlü**
- 23** İslami ve Konvansiyonel Hisse Senedi Piyasaları Arasında Ortalama ve Varyansta Nedensellik İlişkisi: A.B.D., İngiltere, Malezya ve Türkiye Örneği  
Causality in Mean and Variance between Islamic and Conventional Stock Markets: The Case of US, the UK, Malaysia, & Turkey  
*Araştırma Makalesi [Research Paper]*
- Canan Sancar, Yusuf Ekrem Akbaş**
- 41** Türkiye’de Düzey 2 Bölgeleri Ölçeğinde İç Göç ve İşsizlik İlişkisinin Ekonometrik Analizi  
The Econometric Analysis of the Relationship Between Domestic Migration and Unemployment in Turkey for NUTS-2 Regions Scale  
*Araştırma Makalesi [Research Paper]*
- İlker Zor, Serkan Bulut**
- 58** Toplumsal Cinsiyet Kavramına Animasyon Filmleriyle Bakmak: Buz Devri, Shrek ve Winx Club: Kayıp Krallığın Sırrı Örnekleri  
Looking at the Concept of Gender in Animated Films: Examples of Ice Age, Shrek and Winx Club: The Secret of the Lost Kingdom  
*Araştırma Makalesi [Research Paper]*
- Yusuf Uysal**
- 70** Lise ve Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Eğilimlerinin Karşılaştırılması: Gediz Örneği  
Comparison of High School and University Students’ Tendencies of Social Media Use: The Case of Gediz  
*Araştırma Makalesi [Research Paper]*
- Ahmet Erdost Yastıbaş, Tuğçenur Erdal**
- 86** Evaluating English for Academic Purposes II Course through the CIPP Model  
Akademik Amaçlı İngilizce II Dersinin CIPP Modeliyle Değerlendirilmesi  
*Araştırma Makalesi [Research Paper]*
- Mehmet Emin Mutlu, Ayşe Peri Mutlu**
- 95** Anlatı Deneyim Tabanları – “Küçük Pren” Örnek Olayı  
Narrative Experience Bases - "The Little Prince" Case Study  
*Araştırma Makalesi [Research Paper]*

117

**Hatice Budak**

İslamcı Dergicilik: Vahdetin İçinde Bir Ses "İslam'ın İlk Emri Oku" Dergisi

Islamist Journalism: A Voice Inside Unity (Vahdet) The Journal of "İslam'ın İlk Emri Oku"

*Araştırma Makalesi [Research Paper]*

136

**Mustafa Ali Uysal, Kazım Kartal**

Miladi 1840-1850 Tarihli Reaya Defterlerine Göre Trabzon Vilayeti Akçaabat Nahiyesinde Yaşayan Rum Nüfusunun Demografik ve Sosyo-Ekonomik Yapısı

Demographic and Socio-Economic Structure of The Greek Population Living in The Trabzon Province Township of Akçaabat According to Reaya Books of 1840-1850

*Araştırma Makalesi [Research Paper]*

143

**Hande Akyurt Kurnaz, Abdullah Tanrısevdi**

Turist Rehberlerinin Turistlerin Hediyeelik Eşya Satın Alma Davranışlarına Etkisi: Marmaris ve Kapadokya Örnekleri

The Effect of Tourist Guides on the Souvenir Behaviors of Tourists: Examples of Marmaris and Cappadocia

*Araştırma Makalesi [Research Paper]*

154

**Mehmet Ozan Karahan, Fatih Şahin**

Tüketicilerin Taklit Ürün Satın Alma Tutumlarını ve Niyetlerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Nicel Bir Araştırma

Determination of Factors Affecting Consumers' Attitudes and Intentions Towards Purchasing Counterfeit Products: A Quantitative Research

*Araştırma Makalesi [Research Paper]*

171

**Faruk Aylar, Halil İbrahim Zeybek, Hasan Dinçer**

Kayabaşı Doğal Köprüsü (Ulus-Bartın)

Kayabaşı Natural Bridge (Ulus-Bartın)

*Araştırma Makalesi [Research Paper]*

188

**Zafer Güney**

Çocukların Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Araştırma

A Research on Children's Use of Social Media

*Araştırma Makalesi [Research Paper]*

# Sezgisel Bulanık Küme Temelli Entegre AHP ve MULTIMOORA Yöntemleriyle Bilimsel Araştırma Projesi Süreç Yönetim Sistemi Seçimi

## Selection of Information Management System for Scientific Research Project using Integrated AHP and MULTIMOORA Approaches under Intuitionistic Fuzzy Sets Environment

Fethullah Göçer<sup>1</sup>

### Öz

Üniversitelerde proje başvurularının alınması, değerlendirilmesi ve kabul ya da ret edilmesi gibi aşamaları organize etmek, ayrıca proje durumunun izlenmesini sağlayıp tüm süreci koordine etmek amacıyla, Bilimsel Araştırma Projesi Süreç Yönetim Sistemi (BAPSİS) kullanılır. BAPSİS proje işlemlerindeki iş yükünü azaltır karmaşıklıkları giderir, şeffaf ve güvenli bir şekilde süreçlerin takibine imkân sunar. Bu yüzden, doğru BAPSİS seçilmesinde, uygun seçim ortamının sağlanması, operasyon maliyetlerinin en aza indirilmesi ve üniversiteler için sorun yaratan ya da zaman alan iş süreçlerinin azaltılması için BAPSİS sisteminin dışardan tedarik edilecek bir firmayla yapılmasının en iyi seçenek olduğu görülmüştür. Üniversite yönetimlerinin tüm kısıtlara uymaları ve verimliliği en üst düzeye çıkarabilecek en uygun maliyetli sistemi seçmeleri çok basit bir karar verme süreci değildir. Bu çalışmada, Türkiye'deki bir üniversite için BAPSİS seçim kararını etkileyen ölçütlerin belirlenmesi ve üniversitelerde etkin süreç yönetimi perspektifinden belirlenen ölçütlere göre olası alternatiflerin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu değerlendirmede, belirsiz ya da kesin olmayan bilgileri modellemedeki etkin faydasından dolayı Sezgisel Bulanık Kümelerin Grup Karar Verme temelli Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) ve MULTIMOORA yöntemleriyle ilk kez birlikte entegre edildiği bir yaklaşım kullanılmıştır. Elde edilen sonucun değişen koşullar altında geçerliliğini doğrulamak için duyarlılık analizi ve mevcut tekniklerle karşılaştırılması da sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Sezgisel Bulanık Kümeler, Grup Karar Verme, AHP, MULTIMOORA, Bilimsel Araştırma Projeleri Süreç Yönetim Sistemi Seçimi.

### Abstract

Scientific Research Project Information Management Systems (BAPSIS) are used in order to organize the stages of receiving, evaluating, and accepting or rejecting the project applications in universities, and also to monitor the project status and to coordinate the whole process. The BAPSIS management systems reduce the workload in project operations, eliminate complexities, and allow for transparent and secure monitoring of processes. Therefore, Outsourcing the BAP management systems is the best option to select the suitable BAPSIS information management system, to provide the appropriate selection environment, to minimize the operation costs, and to reduce problematic areas or time-consuming business processes for universities. It is not a very simple decision-making process for university administrations to comply with all constraints and choose the most cost effective system that can maximize efficiency. The purpose in this study is to determine the criteria affecting the decision on BAPSIS system selection for a university in Turkey and to evaluate of possible alternatives according to determined criteria from the perspective of effective process management in universities. In this evaluation, due to effective contribution to modeling ambiguous or indefinite information, an approach in which Intuitionistic Fuzzy Sets are integrated with Group Decision Making based Analytic Hierarchy Process (AHP) and MULTIMOORA methods for the first time. Sensitivity analysis and comparison with existing techniques have also been presented to verify the validity of the result under changing conditions.

**Keywords:** Intuitionistic Fuzzy Sets, Group Decision Making, AHP, MULTIMOORA, Scientific Research Projects Information Management System Selection.

### Araştırma Makalesi [Research Paper]

**Submitted:** 06 / 08 / 2019

**Accepted:** 12 / 01 / 2020

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, gocer.fethullah@gmail.com, Orcid: 0000-0001-9381-4166.

## Giriş

Üniversitelerde eski tip, dijital olmayan, statik ve birbirini tekrar eden Bilimsel Araştırma Projesi Süreç Yönetim Sistemi (BAPSİS) kullanmak evrak teslim ve onay işlemlerini karmaşık hale getirirken, işlemlerde gecikmelerin ortaya çıkmasına, fiziki evrakların depolanmasının ve projelerin takibinin çok zor hale gelmesine yol açmaktadır. Böylece hem bu süreçler verimsizleşir hem de süreçlerin işleyişi esnasında sıklıkla kullanılan fiziki evraklardan dolayı çalışma ortamları kısır ve yetersiz hale dönüşmektedir. Süreç Yönetim Sistemleri iş süreçlerinin otomasyonunu için gereken yöntem ve araçları sağlar. Bu sistemler sayesinde süreçlerde gerçek zamanlı hızlı değişiklikler yapabilmek, süreçleri hızlandırıp standart hale getirebilmek çok daha kolay hale gelir. Çünkü iş süreçleri böylece şeffaflaşır ve izlenebilirliği artar ki bu da tedbir gerektiği hallerde önceden önlemlerin alınmasına olanak sağlayıp maliyetlerin düşmesine yardımcı olur (Eyüboğlu 2012). Üniversitelerde sunulan bilimsel araştırma projesi hizmetlerinin daha etkin, sağlıklı ve hızlı yürütülebilmesi, çıktılarının kayıt altına alınarak, süreç yönetiminin dinamik olarak değerlendirilebilmesi ve kurumların hedefleri ile uyumlu olacak şekilde dijital dönüşüme uygun yapılandırılması amacıyla, doğru BAPSİS sisteminin kullanılması gerekliliği ve en uygun olan sistemin seçilmesine ihtiyaç bulunduğu açıktır. Doğru şekilde yapılandırıldığı takdirde, BAPSİS bir üniversitenin akademisyenleri, çalışanları ve departmanları arasında gerçek zamanlı bilgi paylaşımı, standardizasyonu ve şeffaflığı için en uygun seçenektir. Bu kapsamda yapılan araştırmalar neticesinde üniversitelerin genellikle BAPSİS yazılımlarını üniversite bünyesi dışında profesyonel yazılım şirketlerinden temin ettikleri gözlenmiştir. Birçok yazılım firması BAPSİS sistemi için standartlara uygun yazılım üretmekte ve gerekli ürün desteğini sağlamaktadır. Fakat üniversitelerin uygun BAPSİS yazılımını ve buna bağlı olarak doğru yazılım firmasını seçmekte zorlandıkları görülmektedir. BAPSİS yazılım firması seçim problemi, yazılım seçimi problemlerinin ruhuna uygun olarak birbirleriyle çakışan veya çelişen nitel ve nicel değerlendirme ölçütlerini içinde barındırmaktadır. Ölçüt sayısının çok fazla olması ve/veya ölçütlerin birbirinden bağımsızlığı gibi sebepler bu tür yazılım seçim problemlerini karmaşık hale getirmektedir. Karmaşık problemlerin çözülmesinde birçok faktörü aynı anda değerlendirme imkânı sağlayan Çok Ölçütlü Karar Verme (ÇÖKV) metodları sıkça kullanılmaktadır. Bu seçim birçok alternatif arasından pek çok ölçüte bağlı olarak yapıldığı için, alternatif BAPSİS yazılımları arasından üniversiteye en uygun yazılımın seçimi ÇÖKV problemi olarak değerlendirilebilir.

Karar verme, birçok alternatif arasından en iyisini seçmeyi içeren, bireylerin hayatındaki günlük bir faaliyettir. Son 40-50 yıla baktığımızda, günlük yaşamdaki eylemlerin artan karmaşıklığından dolayı gerçek hayattaki karar verme problemlerinin giderek daha karmaşık hale geldiği görülmektedir. Bu karmaşıklıkla başa çıkabilmek için birden fazla ölçüt dikkate alınmalıdır. 1970'lerin başından itibaren, çok sayıda seçenek veya ölçütün göz önünde bulundurulması gereken karmaşık karar verme problemlerini çözmek için pek çok ÇÖKV yöntemi önerilmiştir (Büyüközkan vd. 2018a). İhtiyaçların çeşitliliği ve teknik tercihler, farklı karar verme problemleri için AHP (Analitik Hiyerarşi Süreci) (Saaty 1980), ANP (Analitik Ağ Süreci) (Saaty 1996), VIKOR (VlseKriterijumska Optimizacija I Kompromisno Resenje) (Opricovic 1998), TOPSIS (The Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution) (Hwang ve Yoon 1981), COPRAS (Complex Proportional Assessment) (Zavadskas vd. 1994) ve MULTIMOORA (Multi-Objective Optimization on the basis of Ratio Analysis plus the Full Multiplicative Form) (Brauers ve Zavadskas 2010) gibi çeşitli ÇÖKV yöntemlerinin geliştirilmesine yol açmıştır. ÇÖKV yöntemlerinden AHP etkin, sistematik ve kolay uygulanabilir bir çözüm yöntemi sunmasıyla hem seçim problemlerinde hem de değerlendirme ölçütlerinin önem derecelerinin belirlenmesinde sıkça kullanılmaktadır (Saaty 1982; Nisel ve Özdemir 2016). Alternatifler arasından en iyi sonucuna ulaşmak için ise MULTIMOORA metodu etkili ve işe yarar bir metod olarak kabul edilmektedir (Brauers ve Zavadskas 2010, 2011). Ayrıca değerlendirme/seçim sürecinde önyargıları engellemek ve karar sürecindeki öznelliği en aza indirmek için Grup Karar Verme (GKV) yöntemi tek karar vericili bir modele tercih edilmektedir (Büyüközkan ve Göçer 2017a). Bu nedenle çok ölçütlü GKV yaklaşımının uygulanması öngörülmektedir. Bu doğrultuda, bu çalışmada, yazılım firması seçim sürecinde, yazılım değerlendirme ölçütleri belirlendikten sonra, ölçütlerin önem dereceleri GKV temel alınarak AHP ile, alternatiflerinin değerlendirilmesi ise yine GKV temel alınarak MULTIMOORA yöntemi ile sezgisel bulanık ortamda etkin bir şekilde gerçekleştirilmek istenmektedir.

Klasik küme, belirli özellikleri paylaşan nesnelere oluşan bir koleksiyon olarak tanımlanır. Klasik küme teorisi, bir kümedeki elemanların ikilik terimlerle üyeliğini, yani bir kümeye ait olan veya ait olmayan bir ögeyi tanımlar. Gerçek hayattaki birçok karar verme probleminde bulanıklık ve belirsizlik olduğu göz önüne alındığında, net rakamlar bu problemlerin yönetimi için yetersiz ve elverişsiz kalmaktadır. 1965 yılında Zadeh, klasik küme teorisini, elemanların üyelik dereceleriyle tanımlandığı bulanık küme teorisine genişletti. Bulanık küme teorisi, üyeliğini değerlendirmek için [0-1] aralığında değerleri olan bir üyelik fonksiyonunu tanımlar (Zadeh 1965). Bununla birlikte, bulanık küme yalnızca bazı durumlardaki gerçek karar verme problemini yönetmek için uygun olmayan bir üyelik derecesine sahiptir. Karar vermedeki problemler karmaşıklaştıkça, bireysel bir alternatifin belirlenmesi karar vericiler için daha zorlayıcı hale gelebilir. 1986 yılında, Atanassov, bulanık küme ve üyelik derecesini, üyelik dışı dereceyi ve tereddüt derecesini belirleyen Sezgisel Bulanık Küme kavramını tanıttı (Atanassov 1986). Sezgisel bulanık kümeye göre, üyeliğin ve üyelik dışı derecelerin toplamı bire eşit veya birden az olabilir. Bu da tereddüt derecesini ortaya çıkarır ki bu üyelik ve üyelik dışı derecelerin değerlerinin birden çıkarılmasıyla bulunur. Sezgisel bulanık kümeler pek çok ÇÖKV problemde başarıyla uygulanmıştır.

Çünkü elemanların bulanık karakterlerini daha kapsamlı bir şekilde tanımlayabilir ve böylece bulanıklık ve belirsizlikle daha iyi başa çıkılabilir (Büyüközkan vd. 2016).

ÇÖKV yöntemleri GKV yöntemlerini temel alarak pek çok çalışmada uygulanmaktadır. Bu araştırmanın özgünlüğü, AHP ve MULTIMOORA tekniklerinin sezgisel bulanık küme ortamına entegre edilerek GKV tabanlı bir ÇÖKV yöntemi sunma konusundaki gücünden kaynaklanmaktadır. Bu yöntemler ayrı ayrı sezgisel bulanık küme tabanlı çalışmalarda kullanılsa da, bildiğimiz kadarıyla daha önce beraber entegre edildikleri bir çalışma güncel yazında mevcut değildir. Bu önerilen yaklaşımın uygulanmasında, bir GKV'nin değerlendirme yargıları sezgisel bulanık ortamda alınmıştır. Bu yöntemin bütün bu unsurları entegre etmesi nedeniyle, diğer yöntemlerden farklı olarak çok daha fazla esneklik sağlaması ve grup kararlarını çok daha iyi belirlemesi beklenir. Aynı zamanda önerilen entegre yaklaşımın sezgisel bulanık ortamda uygulanması, karmaşık karar problemlerini çözmek için daha basit ve daha etkili bir yöntemin doğması imkanını artırır. Bu uygulama, kara vericilerin karar alma süreçlerinde daha mantıklı, daha öngörülü ve daha etkili çözümler elde etmelerini yönelik iyileştirmeleri içinde barındırır. Bu orijinal yöntem bir yazılım seçimi problemine uygulanmıştır. Bu araştırma, bu entegre yöntemi ilk kez sunarak ve bir yazılım seçimi uygulamasını gerçekleştirerek literatüre etkin bir katkıda bulunmaktadır.

Çalışmanın adımları şu şekilde sıralanmıştır: ilk bölümde, konu ile ilgili yazın taraması verilirken; ikinci bölümde çalışmada önerilen entegre yaklaşım için gereken materyaller kısaca tanıtılıp yöntem detaylıca açıklanmıştır. Üçüncü adımda uygulamanın kısa özeti, ölçütlerin belirlenme aşaması ve vaka çalışması aktarılmıştır. Yönetimsel çıkarımlar kısa tartışmalarla açıklanmış ve duyarlılık analizi ile mevcut tekniklerle önerilen yöntemin karşılaştırılması dördüncü bölümde sunulmuştur. Son bölüm olan beşinci bölümde ise çalışma kısaca özetlenmiştir.

## 1. Yazın Taraması

ÇÖKV yöntemlerinin entegre edildiği çok sayıda çalışmaya literatürde rastlamak mümkündür. Çalışmalardaki genel yapı şu şekilde ifade edilebilir: ÇÖKV tekniklerinden AHP, ANP ve Entropi gibi yöntemler ile değerlendirme ölçütlerinin önem dereceleri ortaya çıkarılmakta; VIKOR, TOPSIS, COPRAS ve MULTIMOORA gibi birçok ÇÖKV yöntemi kullanarak alternatiflerin değerlendirme ve sıralamasının yapılması yoluna gidilmektedir. Bu çalışmada da ÇÖKV yöntemlerinden AHP yöntemi ile ölçüt ağırlıkları tespit edilmiş; MULTIMOORA yöntemi kullanarak alternatifler sıralanmıştır. Bu yöntemler sezgisel bulanık ortamda GKV temelli bir yaklaşım baz alınarak entegre edilmiştir. Tablo 1'de AHP yöntemlerinin sezgisel bulanık ortamda kullanıldığı araştırmalar listelenmektedir. Tablo 2'de ise MULTIMOORA yöntemlerinin sezgisel bulanık ortamda kullanıldığı araştırmalar listelenmektedir. Görüleceği gibi önerilen yöntem daha önce hiçbir araştırmada kullanılmayan, yazına katkı sağlayacak özgün bir yaklaşımdır.

**Tablo 1. AHP Tekniğinin Sezgisel Bulanık Ortamda Kullanıldığı Çalışmalar**

Yazar	Amaç	Teknik(ler)	Tip	GKV	Alan
Büyüközkan vd. (2019)	Türkiye'de kimyasal ürün üreten bir fabrika için tehlikeli madde taşıyan firma seçiminin yeni entegre bir yaklaşımla analiz ve değerlendirmesi	AHP ve VIKOR	Vaka Çalışması	X	Tehlikeli Madde Yönetimi
Karasan (2019)	İlgili risk faktörlerine dayanan bir yatırım önceliklendirme probleminin sezgisel bulanık AHP yaklaşımı ile analiz ve değerlendirmesi.	AHP	Uygulama Çalışması	-	Yatırım Değerlendirme
Yu vd. (2018)	Kamu-özel işbirliği projelerinde risk faktörlerinin analiz ve değerlendirmesi	AHP	Vaka Çalışması	-	Risk Değerlendirme
Büyüközkan ve Göçer (2018)	Dijital Tedarik Zinciri için tedarikçi seçim faktörlerinin analiz ve değerlendirmesi	AHP ve ARAS	Vaka Çalışması	X	Tedarik Zinciri Yönetimi
Büyüközkan vd. (2018a)	Bulut teknolojisi partner seçiminde enterval değerli sezgisel bulanık küme temelli yeni bir yaklaşım ile bulut teknoloji seçim ölçüt ve alternatiflerinin analiz ve değerlendirmesi	Enterval değerli AHP	Vaka Çalışması	X	Bulut Teknolojisi Seçimi
Yazar	Amaç	Teknik(ler)	Tip	GKV	Alan
Karasan vd. (2018)	Bir fabrika için en uygun üretim stratejisi seçiminin analiz ve değerlendirmesi	AHP ve TOPSIS	Uygulama Çalışması	-	Üretim Stratejisi

Atalay ve Can (2018)	Türkiye'deki bir içecek firması için yeni ürün seçiminin yeni önerilen bir yöntemle analiz ve değerlendirmesi	AHP ve MOORA	Vaka Çalışması	X	Yeni Ürün Seçimi
Wang ve Xu (2018)	Sürdürülebilir gelişme bakış açısıyla insan yerleşimi seçiminin önerilen yöntemle analiz ve değerlendirmesi	AHP	Vaka Çalışması	-	İnsan Yerleşimi
Iranpour vd. (2018)	Tedarikçi seçiminin enterval değerli yöntemle entegre edilmiş bir yaklaşımla çözülmesi	Enterval Değerli AHP ve TOPSIS	Uygulama Çalışması	-	Tedarikçi Seçimi
Otay vd. (2017)	Türkiye'deki bir hastane örneği için performans değerlerinin entegre edilmiş bir yaklaşımla analizi	AHP ve Data Envelopment Analysis	Vaka Çalışması	X	Sağlık Hizmetleri Endüstrisi
Büyüközkan ve Göçer (2017)	Türkiye'deki bir spor ürünleri mağazası için tedarikçi seçiminin yeni önerilen entegre bir yaklaşımla analiz ve değerlendirmesi	AHP ve Aksiyomlarla Tasarım	Vaka Çalışması	X	Tedarikçi Seçimi
Efe vd. (2017)	İş güvenliği ve sağlığı politikalarının yeni bir matematiksel programlama yaklaşımı ile analizi	AHP ve VIKOR	Uygulama Çalışması	-	Risk Yönetimi
Tooranloo ve Iranpour (2017)	Tedarik zinciri yönetiminde GKV'yi temel alan bir yaklaşımla tedarikçi seçiminin analiz ve değerlendirmesi	Enterval Değerli AHP	Uygulama Çalışması	X	Tedarikçi Seçimi
Abdullah ve Najib (2016a)	Sürdürülebilir enerji planlama için enerji teknolojisi seçiminin analizi	AHP	Vaka Çalışması	-	Enerji Teknolojisi
Abdullah ve Najib (2016b)	Sezgisel Bulanık Kümelerle enterval değerli sayılar kullanarak yeni bir AHP yaklaşımı önermek	Enterval değerli AHP	Uygulama Çalışması	-	Yöntem Önerme
Liao ve Xu (2015)	Sezgisel Bulanık Kümelerle yeni bir AHP yaklaşımı önermek	AHP	Uygulama Çalışması	X	Yöntem Önerme
Abdullah ve Najib (2014)	Sezgisel Bulanık Kümelerle yeni bir AHP yaklaşımı önermek	AHP	Uygulama Çalışması	-	Yöntem Önerme
Xu ve Liao (2014)	Sezgisel Bulanık Kümelerle yeni bir AHP yaklaşımı önermek	AHP	Uygulama Çalışması	-	Yöntem Önerme
Sadiq ve Tesfamariam (2009)	Sezgisel Bulanık Kümelerle yeni bir AHP yaklaşımı önermek	AHP	Uygulama Çalışması	-	Yöntem Önerme

**Tablo 2. MULTIMOORA Tekniğinin Sezgisel Bulanık Ortamda Kullanıldığı Çalışmalar**

Yazar	Amaç	Teknik(ler)	Tip	GKV	Alan
Zhang vd. (2019)	Sezgisel bulanık kümeler için MULTIMOORA yöntemini revize ederek enerji depolama probleminin analiz ve değerlendirmesi	MULTIMOORA-IFN2	Uygulama Çalışması	-	Enerji Depolama
Li vd. (2019)	Risk yönetiminde doğru karar vermeyi hızlandırabilmek için risk faktörlerinin ağırlığının yeni bir yöntemle analizi	Enterval değerli MULTIMOORA	Uygulama Çalışması	-	Kalite Kontrol
Büyüközkan vd. (2018a)	Bulut teknolojisi partner seçiminde enterval değerli sezgisel bulanık küme temelli yeni bir yaklaşım ile bulut teknoloji seçim ölçüt ve alternatiflerinin analiz ve değerlendirmesi	Enterval değerli MULTIMOORA	Vaka Çalışması	X	Bulut Teknolojisi Seçimi
Yazar	Amaç	Teknik(ler)	Tip	GKV	Alan
Zhao vd. (2016)	Kalite kontrolünde risk önceliklerini sıralamak için risk faktörlerinin ağırlığının yeni bir yöntemle analizi	Enterval değerli MULTIMOORA	Uygulama Çalışması	-	Kalite Kontrol
Zavadskas vd. (2015)	MULTIMOORA yönteminin enterval değerli sezgisel bulanık küme ortamında geliştirilmesi	Enterval değerli MULTIMOORA	Uygulama Çalışması	X	Yöntem Önerme

## 2. Materyal ve Yöntem

Bu çalışmada iki ÇÖKV yöntemini birlikte kullanılmaktadır. Değerlendirme ölçütlerinin ağırlıkları sezgisel bulanık AHP tekniği ile belirlenirken, yazılım firma alternatifleri arasındaki seçim sezgisel bulanık MULTIMOORA yöntemi uygulanarak gerçekleştirilmektedir. Çalışmanın bu bölümünde öncelikle sezgisel bulanık kümeler konusunda kısa açıklamalar yapılmış, daha sonra uygulamada kullanılan ÇÖKV yaklaşımı detaylıca aktarılmıştır.

### 2.1. Sezgisel Bulanık Küme

Bu alt bölümde sezgisel bulanık kümelerinin temel kavramları kısaca tanıtılmış ve bu kümelere yapılan aritmetik işlemler gösterilmiştir. Atanassov (1986) tarafından Zadeh'in (1965) bulanık küme teorisinin bir uzantısı olarak sezgisel bulanık küme geliştirildi. E sabit olsun ve  $A \subset E$  boş olmayan bir küme olsun. E'deki bir sezgisel bulanık küme,  $\tilde{A}$ , aşağıdaki şekilde ifade edilir;

$$\tilde{A} = \{ \langle x, \mu_{\tilde{A}}(x), \nu_{\tilde{A}}(x) \rangle | x \in E \}, \quad (1)$$

Burada,  $\mu_A : E \rightarrow [0, 1]$  ve  $\nu_A : E \rightarrow [0, 1]$  fonksiyonları  $x \in E$  elementinin her biri için  $\tilde{A}$  kümesinde üyelik derecesini ve üye olmama derecesini tanımlar;

$$0 \leq \mu_{\tilde{A}}(x) + \nu_{\tilde{A}}(x) \leq 1, \quad (2)$$

$$\{ \langle x, \mu_{\tilde{A}}(x), 1 - \mu_{\tilde{A}}(x) \rangle | x \in E \}, \quad (3)$$

$$\pi_{\tilde{A}}(x) = 1 - \mu_{\tilde{A}}(x) - \nu_{\tilde{A}}(x), \quad (4)$$

Sezgisel bulanık küme teorisinde üye olma derecesi ve üye olmama derecesinin toplamı 1'den küçüktür. O zaman  $x \in E$  elementinin  $\tilde{A}$  kümesinde tereddüt derecesi  $\pi_{\tilde{A}}(x)$  olarak belirlenir. Bu nedenle,  $X = \{x\}$  için bir sezgisel bulanık küme ( $\tilde{A}$ ), Denklem (1) formuyla tam olarak tanımlanmıştır. Burada,  $\mu_{\tilde{A}}(x) \rightarrow [0,1]$ ;  $\nu_{\tilde{A}}(x) \rightarrow [0,1]$ ;  $\pi_{\tilde{A}}(x) \rightarrow [0,1]$ .

$\tilde{A}$  ve  $\tilde{B}$  iki ayrı sezgisel bulanık küme olsun ve  $\lambda > 0$  bir sayısal değer olsun. Sezgisel bulanık kümelere toplama, çarpma ve sayısal değerle çarpma operatörleri aşağıdaki gösterildiği şekilde tanımlanmıştır.

$$\tilde{A} \oplus \tilde{B} = \{ \langle x, \mu_{\tilde{A}}(x) + \mu_{\tilde{B}}(x) - \mu_{\tilde{A}}(x) * \mu_{\tilde{B}}(x), \nu_{\tilde{A}}(x) * \nu_{\tilde{B}}(x) \rangle | x \in X \}, \quad (5)$$

$$\tilde{A} \otimes \tilde{B} = \{ \langle x, \mu_{\tilde{A}}(x) * \mu_{\tilde{B}}(x), \nu_{\tilde{A}}(x) + \nu_{\tilde{B}}(x) - \nu_{\tilde{A}}(x) * \nu_{\tilde{B}}(x) \rangle | x \in X \}, \quad (6)$$

$$\lambda * \tilde{A} = \{ \langle x, 1 - (1 - \mu_{\tilde{A}}(x))^\lambda, \nu_{\tilde{A}}(x)^\lambda \rangle | x \in X \}, \quad (7)$$

$$\text{Tersi } (\tilde{A}) = \{ \langle x, \nu_{\tilde{A}}(x), \mu_{\tilde{A}}(x) \rangle | x \in E \} \quad (8)$$

### 2.2. Önerilen Entegre Sezgisel Yöntem

Bu bölüm, değerlendirme ve seçim için önerilen Sezgisel Bulanık AHP ve Sezgisel Bulanık MULTIMOORA yöntemlerinin entegrasyonuna dayanan yöntemin adımlarını sunar. Önerilen yöntemin iş adımları ifade edilmiş ve akış şeması Şekil 1'de gösterilmiştir.

**Tablo 3. Karar Vericilerin Önem Derecelerine İlişkin Dilsel Değişkenler**

Dilsel Değişkenler		( $\mu$ ,	$\nu$ ,	$\pi$ , )
<b>Çok Önemsiz</b>	ÇÖS	( 0,20,	0,70,	0,10 )
<b>Önemsiz</b>	ÖS	( 0,30,	0,50,	0,20 )
<b>Orta</b>	O	( 0,50,	0,50,	0,00 )
<b>Önemli</b>	ÖL	( 0,50,	0,20,	0,30 )
<b>Çok Önemli</b>	ÇÖL	( 0,80,	0,10,	0,10 )

**Kaynak:** Boran vd., (2009).

**Adım 1:** Karar ölçütlerini ve alternatiflerini belirleme

Alternatif setini  $A_i$  ( $i = 1, 2, \dots, m$ ) ve ölçütleri  $C_j$  ( $j = 1, 2, \dots, n$ ) tanımla.

**Adım 2:** Karar vericilerin ağırlıklarını belirleme

Bir grup karar vericinin ( $k = 1, 2, \dots, K$ ) önem dereceleri ( $\lambda_k, \sum_{k=1}^K \lambda_k = 1$ ) Denklem (9) (Boran vd. 2009) kullanılarak hesaplanır.

$$\lambda_k = \frac{\left[ \mu_k + \pi_k \left[ \frac{\mu_k}{1 - \pi_k} \right] \right]}{\sum_{k=1}^K \left[ \mu_k + \pi_k \left[ \frac{\mu_k}{1 - \pi_k} \right] \right]}, \text{ where } \sum_{k=1}^K \lambda_k = 1, \quad (9)$$

**Adım 3:** Her faktöre ilişkin karar vericilerden değerlendirmelerin alınması

Karar vericilerden sorgulanan konu hakkında sektörel bilgi ve kişisel tecrübelerini kullanarak konu ile ilgili görüşlerini ifade etmeleri istenmektedir. Bu adım, her karar vericinin bütün faktörler hakkında dilsel ifadelerle görüşlerini aktardığını varsaymaktadır.

AHP'de ikili karşılaştırma matrisinin hazırlanması için uygulanan dilsel ifadeler, Tablo 4'te gösterildiği gibi, Eşit derecede Önemli ile Son Derece Önemli arasında değişmektedir. Sezgisel bulanık AHP ikili karşılaştırma matrisinin tersi Denklem (8) kullanılarak hesaplanmıştır. MULTIMOORA'da tercih matrisini oluşturmak için her bir ölçüt için uygulanan dilsel ifadeler, Tablo 5'te gösterildiği gibi, Son Derece Kötü ile Son Derece İyi arasında alternatiflerin derecelendirmesini sağlar.

**Tablo 4. Ölçütlerin Öneme İlişkin İkili Karşılaştırma Dilsel Değişkenleri**

Dilsel Değişkenler	Ölçek		Sezgisel Bulanık Değerler			Tersi	Sezgisel Bulanık Değerler		
			( $\mu$ ,	$u$ ,	$\pi$ )		( $\mu$ ,	$u$ ,	$\pi$ )
Eşit Derecede Önemli	EDÖ	1	( 0,02,	0,18,	0,80 )	1/1	( 0,18,	0,02,	0,80 )
Orta Düzey	OD	2	( 0,06,	0,23,	0,70 )	1/2	( 0,23,	0,06,	0,70 )
Orta Derecede Önemli	ODÖ	3	( 0,13,	0,27,	0,60 )	1/3	( 0,27,	0,13,	0,60 )
Orta Düzey	OD2	4	( 0,22,	0,28,	0,50 )	1/4	( 0,28,	0,22,	0,50 )
Daha Önemli	DÖ	5	( 0,33,	0,27,	0,40 )	1/5	( 0,27,	0,33,	0,40 )
Orta Düzey	OD3	6	( 0,47,	0,23,	0,30 )	1/6	( 0,23,	0,47,	0,30 )
Çok Daha Önemli	ÇDÖ	7	( 0,62,	0,18,	0,20 )	1/7	( 0,18,	0,62,	0,20 )
Orta Düzey	OD4	8	( 0,80,	0,10,	0,10 )	1/8	( 0,10,	0,80,	0,10 )
Son Derece Önemli	SDÖ	9	( 1,00,	0,00,	0,00 )	1/9	( 0,00,	1,00,	0,00 )

Kaynak: Abdullah ve Najib, (2016b).

**Tablo 5. Alternatiflerin Değerlendirilmesine İlişkin Dilsel Değişkenler**

Dilsel Değişkenler		Sezgisel Bulanık Değerler		
		( $\mu$ ,	$u$ ,	$\pi$ )
Son Derece Kötü	SDK	( 0,00,	0,95,	0,05 )
Çok Kötü	ÇK	( 0,05,	0,90,	0,05 )
Kötü	K	( 0,25,	0,70,	0,05 )
Orta Derecede Kötü	ODK	( 0,40,	0,55,	0,05 )
Eşit	E	( 0,50,	0,45,	0,05 )
Orta Derecede İyi	ODİ	( 0,60,	0,35,	0,05 )
İyi	İ	( 0,75,	0,20,	0,05 )
Çok İyi	Çİ	( 0,90,	0,05,	0,05 )
Son Derece İyi	SDİ	( 0,95,	0,00,	0,05 )

Kaynak: Büyüközkan vd., (2019)

**Adım 4:** Bireysel sezgisel bulanık küme ikili karşılaştırma matrisi değerlerinin grup sezgisel bulanık küme değerleri olarak birleştirilmesi

Hiyerarşik yapı oluşturulduktan sonra, ikili karşılaştırma matrisi dilsel terimlere dayalı olarak kurulur. Dilsel ifadelerin matematiksel terimler olarak kullanılmayacağı göz önüne alındığında, karar vericilerin ifadeleri sezgisel bulanık değerlere dönüştürülür. Bir sonraki eylem olarak, daha önce sezgisel bulanık değerlere dönüştürülen değerlendirmeler sezgisel bulanık küme ortamında birleştirilir. Bu birleştirme işlemi için Xu (2011) tarafından önerilen sezgisel bulanık küme ağırlıklı



ortalama (IFWA) operatörü yazında yaygın olarak kullanıldığı için tercih edilmiştir. Çünkü IFWA'nın kullanımı pratiktir ve sadece sezgisel bulanık küme değişkenlerini ağırlıklandırır, sıralanmış pozisyonlarını göz önüne almaz. Bir grup karar verme yaklaşımı kullanıldığında, tüm karar vericilerin görüşleri bir grup görüşü olarak birleştirilip, ölçütler için toplu sezgisel bulanık karar matrisi oluşturulur.

$C_{jl}$ , ( $j = 1, 2, \dots, n$ ), ( $l = 1, 2, \dots, n$ ), ölçütler için grup karar verme matrisi olsun;

Burada,  $C_{jl}^k = (\mu_{jl}^k, \nu_{jl}^k, \pi_{jl}^k)$ ,  $k \in K$  için birleştirme Denklem (10) kullanılarak yapılır.

$$C_{jl} = (C_{jl}^{(1)}, C_{jl}^{(2)}, \dots, C_{jl}^{(k)}) = \lambda_1 C_{jl}^{(1)} \oplus \lambda_2 C_{jl}^{(2)} \oplus \dots \oplus \lambda_K C_{jl}^{(k)},$$

$$IFWA_\lambda = \left( 1 - \prod_{k=1}^K (1 - \mu_{jl}^{(k)})^{\lambda_K}, \prod_{k=1}^K ((\nu_{jl}^{(k)})^{\lambda_K}), \prod_{k=1}^K (1 - \mu_{jl}^{(k)})^{\lambda_K} - \prod_{k=1}^K ((\nu_{jl}^{(k)})^{\lambda_K}) \right), \quad (10)$$

$$C_{jl} = \begin{bmatrix} C_{11} & \dots & C_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ C_{n1} & \dots & C_{nn} \end{bmatrix}, \quad (11)$$

**Adım 5:** Karar matrisi tutarlılık oranının hesaplanması

Birleştirilmiş sezgisel bulanık küme karar matrisi için tutarlılık oranını (CR) Denklem (12) kullanılarak hesaplanır.

Burada n matris elemanlarının sayısını,  $\pi_{jl}(x)$  tereddüt derecesinin değerini ve (RI) rassal endeks değerini temsil eder. CR değeri, Saaty (1977) den alınmış standart RI değeri kullanılarak elde edilir. Bu RI değerlerinin bir kısmı Tablo 6'te verilmiştir.

$$CR = \frac{RI - \frac{\sum \pi_{jl}(x)}{n}}{n-1}, \quad (12)$$

Elde edilen CR değeri, 0,10'a eşit veya daha küçükse kabul edilebilir olarak düşünülür. Aksi takdirde, karar matrisinin tutarlı olmadığı kabul edilir ve karar vericilerden görüşler bir kez daha toplanır.

**Tablo 6. Rassal Endeksler**

n	1-2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
RI	0,00	0,58	0,90	1,12	1,24	1,32	1,41	1,45	1,49	1,52	1,54	1,56	1,57	1,59

**Step 6:** Kademeli ağırlıkları birleştirme

IFWA operatörünü kullanarak birleştirilmiş sezgisel bulanık değerlendirme matrisini oluşturulur. Daha sonra, Hiyerarşideki en düşük seviyeden en yüksek seviyeye kadar, genel ölçüt ağırlıklarını ( $\tilde{W}_{jl}$ ) elde etmek için sezgisel bulanık AHP temel ölçüt ağırlıkları ( $\tilde{w}_j$ ) ve alt kademe ölçüt ağırlıkları ( $\tilde{w}_{jl}$ ) bir biri ile sezgisel bulanık ortamda Denklem (13) kullanılarak çarpılır.

$$\tilde{W}_{jl} = (\tilde{w}_j \otimes \tilde{w}_{jl}), \quad (j = 1, 2, \dots, N), (l = 1, 2, \dots, n), \quad (13)$$

**Adım 7:** Ölçüt ağırlıklarının hesaplanması

Denklem (14) ve Denklem (15) te gösterildiği gibi sezgisel bulanık ortamda oluşturulan genel ölçüt ağırlıkları ( $\tilde{W}_{jl}$ ) kullanılarak entropi ağırlıkları ( $\bar{w}_{jl}$ ) ve nihai ölçüt ağırlıkları ( $w_{jl}$ ) hesaplanacaktır.

$$\bar{w}_j = -\frac{1}{n \ln 2} [\mu_j \ln \mu_j + \nu_j \ln \nu_j - (1 - \pi_j) \ln(1 - \pi_j) - \pi_j \ln 2], \quad (14)$$

$$w_{jl} = \frac{\bar{w}_j}{\sum_{j=1}^n \bar{w}_j}, \quad \sum_{j=1}^n \sum_{l=1}^n w_{jl} = 1, \quad (15)$$

**Adım 8:** Alternatifler için bireysel değerlendirmelerin grup sezgisel bulanık değerler olarak birleştirilmesi

Karar vericilerin bireysel değerlendirmeleri IFWA operatörü kullanılarak grup tercih ilişkisi matrisi oluşturulur.

Burada,  $\tilde{X}_{ij}$ , Alternatifler için grup karar verme matrisi olsun;

Burada,  $\tilde{x}_{ij}^k = (\mu_{ij}^k, \nu_{ij}^k, \pi_{ij}^k)$ ,  $k \in K$  için birleştirme Denklem (16) kullanılarak yapılır.

$$\tilde{X}_{ij} = (\tilde{x}_{ij}^{(1)}, \tilde{x}_{ij}^{(2)}, \dots, \tilde{x}_{ij}^{(k)}) = \lambda_1 \tilde{x}_{ij}^{(1)} \oplus \lambda_2 \tilde{x}_{ij}^{(2)} \oplus \dots \oplus \lambda_K \tilde{x}_{ij}^{(k)},$$

$$IFWA_{\lambda} = \left( 1 - \prod_{k=1}^K (1 - \mu_{ij}^{(k)})^{\lambda_K}, \prod_{k=1}^K \left( (v_{ij}^{(k)})^{\lambda_K} \right), \prod_{k=1}^K (1 - \mu_{ij}^{(k)})^{\lambda_K} - \prod_{k=1}^K \left( (v_{ij}^{(k)})^{\lambda_K} \right) \right), \quad (16)$$

$$\tilde{X}_{ij} = \begin{bmatrix} \tilde{x}_{11} & \cdots & \tilde{x}_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ \tilde{x}_{m1} & \cdots & \tilde{x}_{mn} \end{bmatrix}, \quad (17)$$

**Adım 9:** Ağırlıklandırılmış karar matrisi oluşturma

Ağırlıklı karar matrisi, Denklem (18) kullanılarak oluşturulur. Denklemde sezgisel bulanık küme sayısal çarpma operatörü kullanılır.

$$\tilde{R}_{ij} = \tilde{x}_{ij} * w_j, \quad (18)$$

**Adım 10:** Oran yaklaşımı derecesinin belirlenmesi

$$\tilde{y}_i^{F\ddot{O}} = \bigoplus_{j=1}^g (\tilde{r}_{ij}) \text{ and } \tilde{y}_i^{M\ddot{O}} = \bigoplus_{j=g+1}^n (\tilde{r}_{ij}), \quad (19)$$

Fayda ölçütlerinin (FÖ)  $j = 1, 2, \dots, g$  ye kadar sıralandığı yerler ve maliyet ölçütlerinin (MÖ)  $j = g + 1, g + 2, \dots, n$  e kadar sıralandığı yerler sezgisel bulanık küme toplama operatörü kullanılarak yapılır.  $\tilde{y}_i^{F\ddot{O}}$  ve  $\tilde{y}_i^{M\ddot{O}}$  değerleri için skor fonksiyonu (Xu ve Yager 2006) hesaplanır.

$$S(\tilde{y}_i^{F\ddot{O}}) = \mu_i - v_i, \quad S(\tilde{y}_i^{M\ddot{O}}) = \mu_i - v_i, \quad (20)$$

Her alternatif için oran yaklaşımı derecesi Denklem (21) kullanılarak hesaplanır.

$$Y_i = S(\tilde{y}_i^{F\ddot{O}}) - S(\tilde{y}_i^{M\ddot{O}}), \quad (21)$$

**Adım 11:** Referans noktası derecesinin belirlenmesi

Minimum ve maksimum metrik değeri Denklem (22) kullanılarak hesaplanır.

$$P_i = \min_{(i)} \left\{ \max_j |d(\tilde{r}_j \ominus \tilde{r}_{ij})| \right\}, \quad (22)$$

Burada, Hamming uzaklık ölçümü kullanılmıştır (Wang and Xin 2005).  $\tilde{r}_j$  her bir alternatif için en iyi ölçüt değerini ifade eder.  $\tilde{r}_j = (\mu_{\tilde{r}_j}, v_{\tilde{r}_j}, \pi_{\tilde{r}_j})$  and  $\tilde{r}_{ij} = (\mu_{\tilde{r}_{ij}}, v_{\tilde{r}_{ij}}, \pi_{\tilde{r}_{ij}})$ .

$$d(\tilde{r}_j \ominus \tilde{r}_{ij}) = |\mu_{\tilde{r}_j} - \mu_{\tilde{r}_{ij}}| + |v_{\tilde{r}_j} - v_{\tilde{r}_{ij}}| + |\pi_{\tilde{r}_j} - \pi_{\tilde{r}_{ij}}|, \quad (23)$$

**Adım 12:** Önem katsayısı derecesi belirleme

Her alternatifin genel faydası Denklem (24) kullanılarak hesaplanır.

$$\tilde{u}_i^{F\ddot{O}} = \bigotimes_{j=1}^g (\tilde{r}_{ij}) \text{ and } \tilde{u}_i^{M\ddot{O}} = \bigotimes_{j=g+1}^n (\tilde{r}_{ij}), \quad (24)$$

FÖ  $j = 1, 2, \dots, g$  ye kadar sıralandığı yerler ve MÖ  $j = g + 1, g + 2, \dots, n$  e kadar sıralandığı yerler sezgisel bulanık küme çarpma operatörü kullanılarak yapılır.

$\tilde{u}_i^{F\ddot{O}}$  ve  $\tilde{u}_i^{M\ddot{O}}$  değerleri için skor fonksiyonu (Xu ve Yager 2006) hesaplanır.

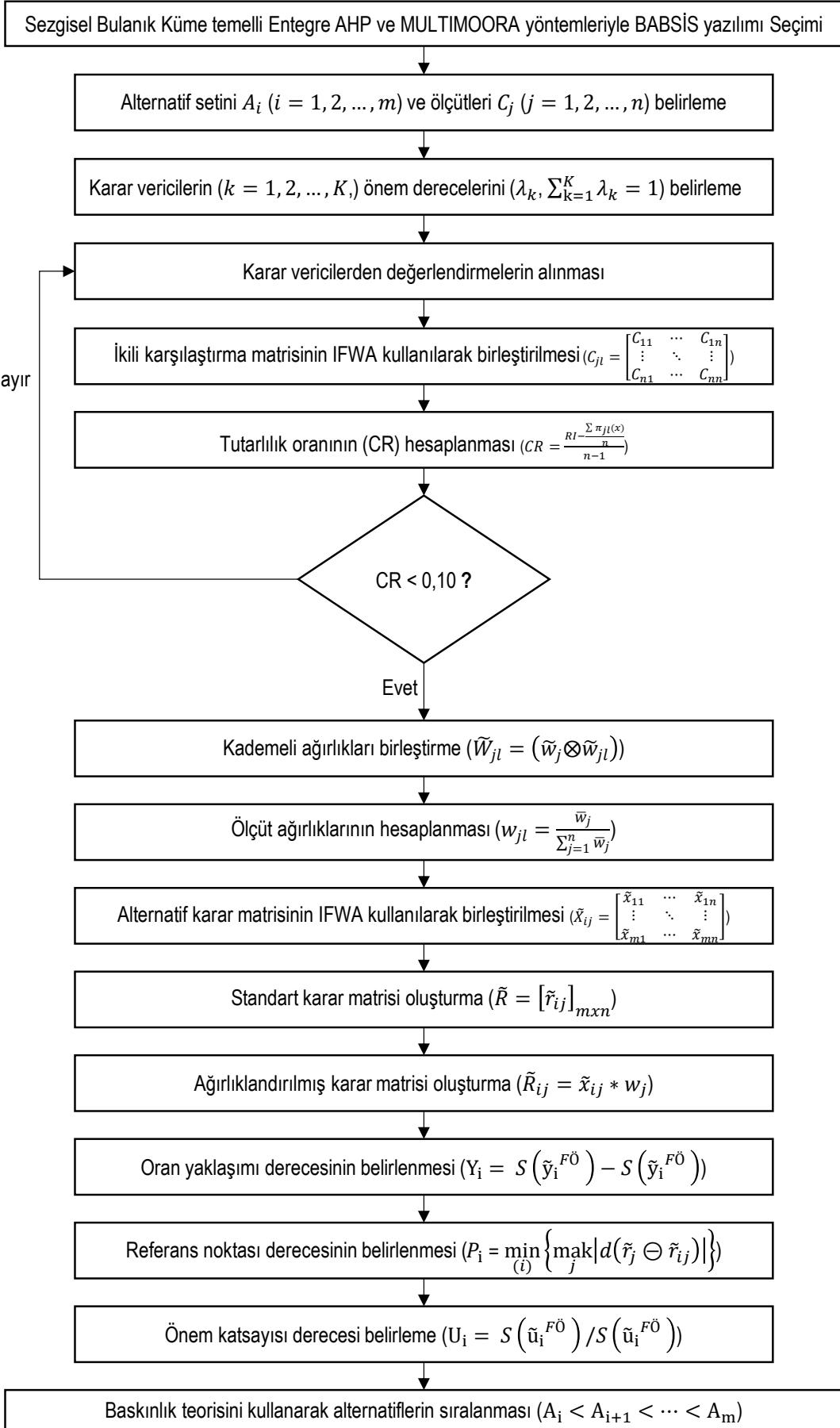
$$S(\tilde{u}_i^{F\ddot{O}}) = \mu_i - v_i, \quad S(\tilde{u}_i^{M\ddot{O}}) = \mu_i - v_i, \quad (25)$$

Her alternatif için oran yaklaşımı derecesi Denklem (26) kullanılarak hesaplanır.

$$U_i = S(\tilde{u}_i^{F\ddot{O}}) / S(\tilde{u}_i^{M\ddot{O}}), \quad (26)$$

**Adım 13:** Alternatiflerin sıralanması

Baskınlık teorisi (Brauers ve Zavadskas 2011) kullanılarak, üç ayrı sıralama ( $Y_i, P_i, U_i$ ) tek bir sıralama haline getirilir. Ortaya çıkan bu yeni sıralama alternatiflerin önem derecelerini veren düzeni gösterir.



Şekil 1. Önerilen Entegre Sezgisel Bulanık Küme Yöntemi Akış Şeması

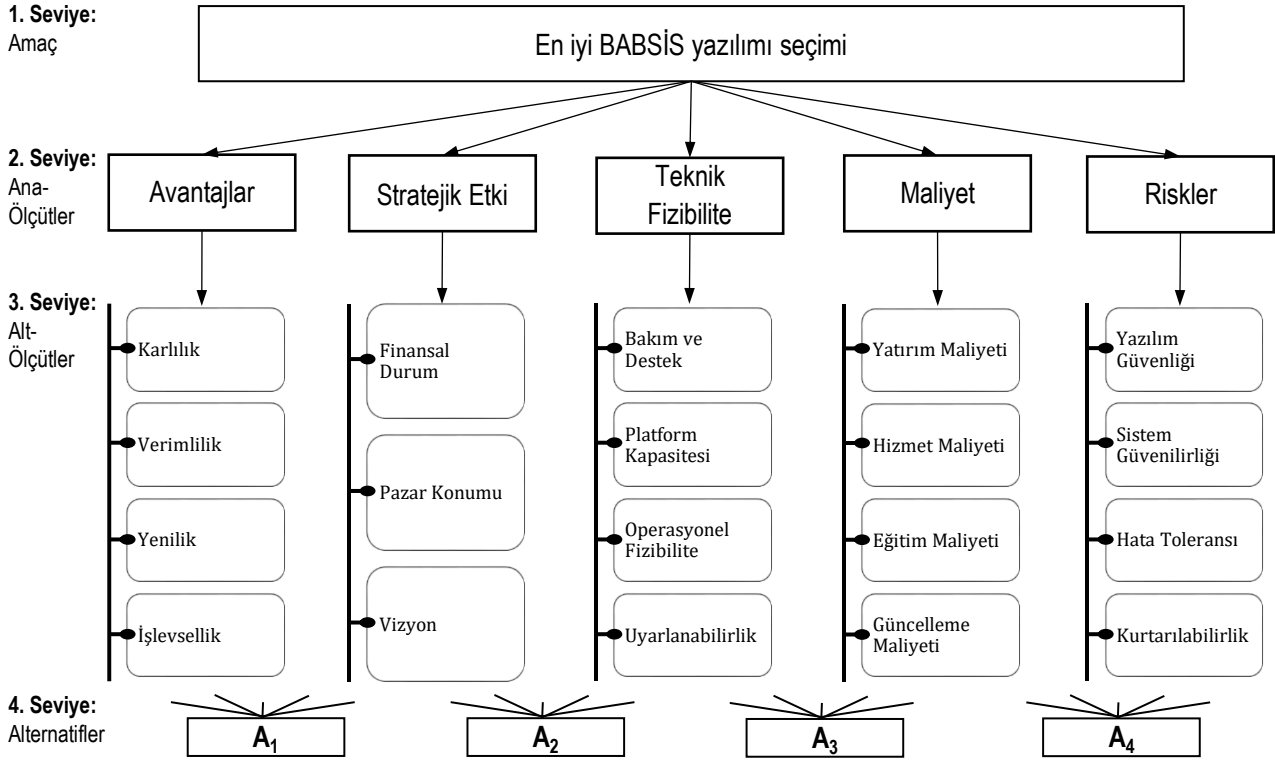
### 3. Uygulama

Uygulanan yöntem iki aşamadan oluşmaktadır. İlk aşama sezgisel bulanık AHP yöntemi ile BAPSİS yazılımlarını değerlendirmede kullanılacak ölçütlerin önem derecelerinin belirlenmesi, diğer aşamada BAPSİS yazılımı alternatiflerinin sezgisel bulanık MULTIMOORA yöntemi ile değerlendirilmesidir.

Çalışmanın bu bölümünde öncelikle BAPSİS yazılımı sunan 4 üst düzey şirket hakkında kısa bilgilendirmeler yapılmış, sonra uygulamada kullanılan ölçütler ile ilgili bilgiler aktarılmıştır, en sonunda da bulgular detaylı şekilde sunulmuştur. Çalışma gerçek kişilerden oluşan alanında uzman üç karar vericinin engin tecrübeleri (Bilişim personeli, Bilgisayar mühendisi ve endüstri mühendisliği öğretim üyesi profesör) ve güncel yazın taramasından yararlanarak üniversitelere BAPSİS yazılımlarını seçmede yol göstermek için hazırlanmıştır. Gizlilik ve mahremiyet kurallarını ihlal etmemek için burada sunulan gerçek veriler ölçeklendirilmiş ve gerçek şirket isimleri gizli tutulmuştur. Üniversitelerin ihtiyaç ve beklentilerini karşılayan en iyi alternatifi seçmek hedeflenmiştir. Bu durumda, üzerinde çalışmayı planladığımız dört uygulama alternatifi bundan böyle  $A_1$ ,  $A_2$ ,  $A_3$  ve  $A_4$  olarak anılacaktır.

#### 3.1. Ölçütlerin Belirlenmesi

Mevcut literatürün bulgularından ve karar vericilerin görüşlerinden yola çıkılarak 5 üst ölçüt ve bunlara bağlı 19 alt ölçüt belirlenmiştir. Karar vericiler, yazılım alternatiflerini uygun bir şekilde değerlendirmek için ölçütlerin belirlenmesinde fayda ve maliyet faktörlerinin göz önüne alınmasının gerekli olduğunu belirtmişlerdir. Bu nedenle, yazar bu çalışmanın değerlendirme süreci için yeterli sayıda ölçütü uzman görüşleri ve yazındaki çalışmalardan yararlanarak belirlemiştir. Tablo 7, belirlenen ölçütleri ve bu ölçütlerin tanımlarını göstermektedir. Bir sonraki bölümde, yazılım seçim süreci sistematik olarak incelenmiş ve belirlenen ön koşullara ve beklentilere en uygun adayı seçme sürecini gösteren bulgular gösterilmiştir.



Şekil 2. Önerilen Yöntem Değerlendirme Yapısının Hiyerarşik Görünümü

#### 3.1. Bulgular

Adım 1: Dört farklı yazılım firması adayından oluşan alternatif kümesi  $A_i$  ( $i = 1, 2, \dots, 4$ ), bu alternatifleri değerlendirmek için beş ana ölçüt ve bunlara bağlı 19 alt ölçütten oluşan küme  $C_j$  ( $j = 1, 2, \dots, 19$ ) karar vericilerin görüşleri ve yazın taramasında elde edilen bulgular neticesinde tanımlandı.

Adım 2: Karar vericilerin ağırlıklarını belirlemek için Denklem (9) ve Tablo 3 deki dilsel ifadelerden yararlanıldı. İlk karar verici çok önemli (ÇÖL) olarak diğer iki karar verici de önemli (ÖL) olarak nitelendi. Aşağıda hesaplama yönteminin ilk karar verici için bir gösterimi sunulmaktadır.

Tablo 7. Çalışmada Kullanılan Değerlendirme Ölçütleri

Ölçütler	Ölçüt Açıklaması
<b>Avantajlar (C<sub>1</sub>)</b>	Bu ana ölçüt, son kullanıcıya nasıl yenilikçi yeni avantajlar sunan yeni veya farklı bir yazılımın üretilmesinin yazılım firması seçiminde nasıl ölçüldüğünü tartar (Büyükoçkan ve Ruan 2008a; Ayağ ve Yücekaya 2019).
Karlılık (C <sub>11</sub> )	Bu alt ölçüt, yazılım firması seçim sürecinde maliyet etkinliği ile mevcut rekabetçi ortamda yeni yada farklı bir ürün için pazar payını ele alır (Büyükoçkan ve Ruan 2008b; Kutlu ve Akpınar 2009).
Verimlilik (C <sub>12</sub> )	Bu alt ölçüt, maliyetleri ve pazara ulaşma süresini azaltmak için yazılım firması seçim sürecinin verimliliğindeki gelişmeleri belirlemek için stratejik yönü değerlendirir (Büyükoçkan ve Ruan 2008b; Kutlu ve Akpınar 2009).
Yenilik (C <sub>13</sub> )	Bu alt ölçüt, yeni veya farklı yazılım fikirleri yaratmayı, geliştirmeyi, uygulamayı ve böylece yazılım firması seçim sürecinin başarısına katkıda bulunmayı amaçlar (Büyükoçkan ve Ruan 2008b; Kutlu ve Akpınar 2009).
İşlevsellik (C <sub>14</sub> )	Bu alt ölçüt, bir yazılımın tanımlanmış kullanıcı için yapabileceklerinin toplamını veya herhangi bir yönünü içerir ki buda yazılım firması seçiminin stratejik yönünü değerlendirir (Büyükoçkan ve Ruan 2008b; Kilic vd. 2014; Çakır 2018).
<b>Stratejik Etki (C<sub>2</sub>)</b>	Bu ana ölçüt, yazılım firması seçim sürecinin başlangıcında yeni veya farklı bir ürün teklifinin daha geniş stratejik ve iş etkilerinin değerlendirilmesidir (Baki ve Çakar 2005; Büyükoçkan ve Ruan 2008b; Kilic vd. 2015).
Finansal Durum (C <sub>21</sub> )	Bu alt ölçüt, yazılım firmasının uzun vadeli bir ilişkide ekonomik gücünü koruması için gereklidir. Yazılım firması seçiminde yeni teknolojilerin iyileştirilmesi ve adapte edilmesi için iyi bir finansman sistemine sahip olmak çok önemlidir (Büyükoçkan ve Ruan 2008b; Kutlu ve Akpınar 2009; Çakır 2018).
Pazardaki Konum (C <sub>22</sub> )	Bu alt ölçüt, yazılım firmalarının itibarını ve hizmet altyapısını değerlendirmek için kullanılabilir (Büyükoçkan ve Ruan 2008a; Çakır 2018; Ayağ ve Yücekaya 2019).
Vizyon (C <sub>23</sub> )	Bu alt ölçüt, yazılım firmalarının güç, itibar ve / veya finansal istikrar seviyesini belirtir (Büyükoçkan ve Ruan 2008a; Ayağ ve Yücekaya 2019).
<b>Teknik Fizibilite (C<sub>3</sub>)</b>	Bu ana ölçüt, uygulamanın yazılım mimarisinde mevcut olan veri ve süreç modellerini, uygulamanın kendisini, uygulamayla ilgili yönetim ve geliştirme araçlarını ve kullanıcı arabirimi yeteneklerini içerir (Mylonas vd. 2013; Demirci ve Bogen 2017; Smith vd. 2017).
Bakım ve Destek (C <sub>31</sub> )	Bu alt ölçüt, kurulum, uygulama ve mevcut sistemler ile entegrasyon veya özelleştirme ve uygulama süresinden sonraki güvenlik sırasında teknik veya diğer sorunlarla başa çıkma kabiliyetini açıklar (Büyükoçkan ve Ruan 2008b; Kilic vd. 2014; Çakır 2018).
Platform Kapasitesi (C <sub>32</sub> )	Bu alt ölçüt, uzun vadeli işbirliğine devam etmek ve karlılığı sağlamak amacıyla yazılım firmalarının teknoloji açısından uygunluğu ile ilgilidir. (Baki ve Çakar 2005; Büyükoçkan ve Ruan 2008b; Kuo vd. 2010).
Operasyonel Fizibilitesi (C <sub>33</sub> )	Bu alt ölçüt, diğer tüm sistemlerle ve farklı gereksinimleri karşılamak için kullanılması gerekebilecek diğer özel öğelerle entegrasyon yeteneğini açıklar (Baki ve Çakar 2005; Büyükoçkan ve Ruan 2008b; Kuo vd. 2010; Kilic vd. 2014).
Uyarlanabilirlik (C <sub>34</sub> )	Bu alt ölçüt, jenerik çözümü spesifik ihtiyaçlara uyarlama ihtiyacı için bir bireyselleşme seviyesini belirtir (Büyükoçkan ve Ruan 2008a; Ayağ ve Yücekaya 2019).
Ölçütler	Ölçüt Açıklaması
<b>Maliyet (C<sub>4</sub>)</b>	Bu ana ölçüt fiyatlandırma stratejisinin varlığını ve toplam fiyattaki yükseltme veya bakım durumunu ölçmektedir Bu ölçüt tüm operasyonlardaki toplam giderin değerlendirilmesinde en önemlilerden biridir. (Baki ve Çakar 2005; Büyükoçkan ve Ruan 2008b; Kilic vd. 2015).

Yatırım Maliyeti ( $C_{41}$ )	Bu alt ölçüt, ilgili yazılım için ilk yatırım maliyetini ölçer (Büyüközkan ve Ruan 2008b; Kutlu ve Akpınar 2009).
Hizmet Maliyeti ( $C_{42}$ )	Bu alt ölçüt, yazılım için gereken işletme maliyetidir (Büyüközkan ve Ruan 2008b; Kutlu ve Akpınar 2009).
Eğitim Maliyeti ( $C_{43}$ )	Bu alt ölçüt, çalışanların yeteneklerini, yetenekleriyle bilgilerini geliştirme süreci ile ilgilidir (Baki ve Çakar 2005; Büyüközkan ve Ruan 2008b; Kilic vd. 2014, 2015).
Güncelleme Maliyeti ( $C_{44}$ )	Bu alt ölçüt, yazılım firması altyapısının takiplerini ölçerek seçim sürecini etkilemesiyle ilgili maliyettir (Büyüközkan ve Ruan 2008b; Kilic vd. 2014, 2015; Çakır 2018).
<b>Riskler (<math>C_5</math>)</b>	Bu ana ölçüt yazılımdaki hataların başarısızlık sıklığını taşıyan yazılımın özellikleri ile ilgilidir (Baki ve Çakar 2005; Büyüközkan ve Ruan 2008b; Kilic vd. 2014, 2015).
Yazılımın Güvenliği ( $C_{51}$ )	Bu alt ölçüt, yazılım firmasının varlıklarını, kimliğini ve teknolojisini çevrimiçi veya fiziksel dünyadaki güvenliğini sağlamak için kullandığı araçları ifade eder (Büyüközkan ve Ruan 2008a; Çakır 2018; Ayağ ve Yücekaya 2019).
Sistem Güvenilirliği ( $C_{52}$ )	Bu alt ölçüt, yeni sistem için temel çözümden gelen memnuniyeti daha geniş bir sürede ölçmektedir (Baki ve Çakar 2005; Büyüközkan ve Ruan 2008b; Kilic vd. 2014, 2015).
Hata toleransı ( $C_{53}$ )	Bu alt ölçüt, yazılım arızası veya belirtilen arayüz ihlali durumunda belirli bir performans seviyesini sürdürme kabiliyetine sahip yazılımın nitelikleri ile ilgilidir (Büyüközkan ve Ruan 2008b; Kutlu ve Akpınar 2009).
Kurtarılabirliği ( $C_{54}$ )	Bu alt ölçüt, arıza durumunda ve bunun için gerekli olan zaman ve çabadan dolayı, performans düzeyini yeniden belirleme ve doğrudan etkilenen verileri kurtarma özelliğine sahip yazılımın özellikleri ile ilgilidir (Büyüközkan ve Ruan 2008a; Ayağ ve Yücekaya 2019).

ÇÖL dilsel ifadesinin sezgisel bulanık küme karşılığı (0,80, 0,10, 0,10) ve ÖL dilsel ifadesinin sezgisel bulanık küme karşılığı (0,50, 0,20, 0,30).

$$\lambda_1 = \frac{0,80 + 0,10 \left[ \frac{0,80}{1-0,10} \right]}{0,80 + 0,10 \left[ \frac{0,80}{1-0,10} \right] + 0,50 + 0,30 \left[ \frac{0,80}{1-0,30} \right] + 0,50 + 0,30 \left[ \frac{0,80}{1-0,30} \right]} = 0,384, \lambda_2 = 0,308, \lambda_3 = 0,308$$

**Tablo 8. Karar Vericilerin Ağırlıkları**

	$\mu(x)$ ,	$\nu(x)$	$\lambda_k$	Sıra
$DM_1$	0.80	0.20	0.384	1
$DM_2$	0.50	0.20	0.308	2
$DM_3$	0.50	0.20	0.308	2

Adım 3: Her faktöre ilişkin karar vericilerden değerlendirmeler alınmıştır. Karar vericiler, AHP değerlendirmeleri için ikili matrisi ve alternatif değerlendirmeleri için tercih ilişkisi matrisini kullanarak faktörler hakkındaki görüşlerini ifade ettiler. Tablo 9, ölçütler üzerine ikili karşılaştırma matrisi için dilsel ifadeleri ve Tablo 10 ise alternatifler hakkındaki karar matrisi için dilsel ifadeleri sunmaktadır.

**Tablo 9. Ölçüt İkili Karşılaştırma Matrisi Dilsel İfadeleri**

			$DM_1$					$DM_2$					$DM_3$		
	$C_1$	$C_2$	$C_3$	$C_4$	$C_5$	$C_1$	$C_2$	$C_3$	$C_4$	$C_5$	$C_1$	$C_2$	$C_3$	$C_4$	$C_5$
$C_1$	EDÖ		OD		ODÖ	EDÖ					EDÖ				
$C_2$	OD	EDÖ	ODÖ	EDÖ	EDÖ	OD2	EDÖ		OD	ODÖ	ODÖ	EDÖ	DÖ	ODÖ	ODÖ
$C_3$			EDÖ	ODÖ		OD2	OD	EDÖ	EDÖ	OD2	ODÖ		EDÖ	OD	DÖ

C <sub>4</sub>	OD			EDÖ	EDÖ	OD			EDÖ	EDÖ	ÇDÖ			EDÖ	ODÖ
C <sub>5</sub>			DÖ		EDÖ	OD				EDÖ	OD				EDÖ
	C <sub>11</sub>	C <sub>12</sub>	C <sub>13</sub>	C <sub>14</sub>		C <sub>11</sub>	C <sub>12</sub>	C <sub>13</sub>	C <sub>14</sub>		C <sub>11</sub>	C <sub>12</sub>	C <sub>13</sub>	C <sub>14</sub>	
C <sub>11</sub>	EDÖ					EDÖ					EDÖ				
C <sub>12</sub>	OD3	EDÖ		EDÖ		DÖ	EDÖ	EDÖ	OD		OD	EDÖ	OD		
C <sub>13</sub>	OD3	OD	EDÖ	EDÖ		DÖ		EDÖ			DÖ		EDÖ	EDÖ	
C <sub>14</sub>	OD3			EDÖ		OD2		ODÖ	EDÖ		ODÖ	OD		EDÖ	
	C <sub>21</sub>	C <sub>22</sub>	C <sub>23</sub>			C <sub>21</sub>	C <sub>22</sub>	C <sub>23</sub>			C <sub>21</sub>	C <sub>22</sub>	C <sub>23</sub>		
C <sub>21</sub>	EDÖ	OD2				EDÖ	DÖ				EDÖ	OD4			
C <sub>22</sub>		EDÖ	OD4				EDÖ	DÖ				EDÖ			
C <sub>23</sub>	OD3		EDÖ			OD4		EDÖ			ÇDÖ	OD	EDÖ		
	C <sub>31</sub>	C <sub>32</sub>	C <sub>33</sub>	C <sub>34</sub>		C <sub>31</sub>	C <sub>32</sub>	C <sub>33</sub>	C <sub>34</sub>		C <sub>31</sub>	C <sub>32</sub>	C <sub>33</sub>	C <sub>34</sub>	
C <sub>31</sub>	EDÖ		EDÖ			EDÖ					EDÖ				
C <sub>32</sub>	ÇDÖ	EDÖ		EDÖ		OD3	EDÖ	OD	OD		ÇDÖ	EDÖ	OD2	OD	
C <sub>33</sub>		OD2	EDÖ	EDÖ		ODÖ		EDÖ			ODÖ		EDÖ		
C <sub>34</sub>	OD3			EDÖ		OD2		DÖ	EDÖ		ODÖ		OD	EDÖ	
	C <sub>41</sub>	C <sub>42</sub>	C <sub>43</sub>	C <sub>44</sub>		C <sub>41</sub>	C <sub>42</sub>	C <sub>43</sub>	C <sub>44</sub>		C <sub>41</sub>	C <sub>42</sub>	C <sub>43</sub>	C <sub>44</sub>	
C <sub>41</sub>	EDÖ					EDÖ					EDÖ				
C <sub>42</sub>	OD4	EDÖ	EDÖ	OD		DÖ	EDÖ	OD	OD		DÖ	EDÖ	OD2		
C <sub>43</sub>	OD2		EDÖ	EDÖ		DÖ		EDÖ			OD3		EDÖ		
C <sub>44</sub>	OD3			EDÖ		OD2		DÖ	EDÖ		ODÖ	OD	OD	EDÖ	
	C <sub>51</sub>	C <sub>52</sub>	C <sub>53</sub>	C <sub>54</sub>		C <sub>51</sub>	C <sub>52</sub>	C <sub>53</sub>	C <sub>54</sub>		C <sub>51</sub>	C <sub>52</sub>	C <sub>53</sub>	C <sub>54</sub>	
C <sub>51</sub>	EDÖ					EDÖ					EDÖ				
C <sub>52</sub>	OD3	EDÖ		OD2		ÇDÖ	EDÖ	OD	EDÖ		DÖ	EDÖ	EDÖ	OD	
C <sub>53</sub>	DÖ	OD	EDÖ	ODÖ		DÖ		EDÖ	ODÖ		ÇDÖ		EDÖ	OD2	
C <sub>54</sub>	OD2			EDÖ		OD2			EDÖ		OD			EDÖ	

Adım 4: Bireysel sezgisel bulanık küme ikili karşılaştırma matrisi değerlerinin grup sezgisel bulanık küme değerleri olarak birleştirilebilmesi için IFWA denklemi 'Denklem (10)' kullanılır. Aşağıda IFWA denklemi kullanarak ikinci ölçütün birleştirilmesi gösterilmiştir.

$$IFWA(C_1^1, C_2^2, C_3^3)_{C_2} = C_1^{0.384} \otimes C_2^{0.308} \otimes C_3^{0.308}$$

$$= \langle 1 - (1 - 0.099)^{0.384} * (1 - 0.204)^{0.308} * (1 - 0.228)^{0.308}, 0.048^{0.384} * 0.074^{0.308} * 0.117^{0.308} \rangle$$

$$= \langle 0.173, 0.072 \rangle$$

Adım 5: Karar matrisinin tutarlılık oranı Saaty'nin RI değeri kullanılarak elde edilir. Tablo 6'da ki değerlerle Denklem (12) kullanılarak CR oranı kontrol edilmiş ve tüm matrislerin tutarlı olduğu gösterilmiştir. Tablo 11 ikili karşılaştırma matrislerinin CR oranlarını göstermektedir.

Adım 6: IFWA operatörü kullanılarak birleştirilmiş sezgisel bulanık değerlendirme matrisi oluşturulur. Daha sonra, hesaplanan kademeli ağırlıklar hiyerarşideki en düşük seviyeden en yüksek seviyeye kadar sezgisel bulanık küme çarpma operatörü kullanılarak birleştirilir. Tablo 12 de temel ölçüt ağırlıkları ve alt ölçüt ağırlıkları gösterilmiştir. Bu ağırlıkların her bir ölçüt için çarpılmasıyla toplam ağırlık elde edilir. Tablo 12'de sezgisel bulanık ortamda hesaplanan ağırlıkları gösterilmektedir.

Adım 7: Denklem (14) ve Denklem (15) kullanılarak sezgisel bulanık ortamda oluşturulan genel ölçüt ağırlıkları ( $\tilde{W}_{jl}$ ) kullanılarak entropi ağırlıkları ( $\bar{w}_{jl}$ ) ve nihai ölçüt ağırlıkları ( $w_{jl}$ ) hesaplanır. Tablo 12'de hesaplanan ağırlıkları gösterilmektedir.

**Tablo 10. Alternatif tercih ilişkisi Matrisi Dilsel İfadeleri**

	A <sub>1</sub>			A <sub>2</sub>			A <sub>3</sub>			A <sub>4</sub>		
	DM <sub>1</sub>	DM <sub>2</sub>	DM <sub>3</sub>	DM <sub>1</sub>	DM <sub>2</sub>	DM <sub>3</sub>	DM <sub>1</sub>	DM <sub>2</sub>	DM <sub>3</sub>	DM <sub>1</sub>	DM <sub>2</sub>	DM <sub>3</sub>
C <sub>11</sub>	İ	Çİ	İ	ÇK	K	ÇK	İ	Çİ	Çİ	ÇK	ODK	SDİ
C <sub>12</sub>	İ	ODİ	ODİ	ÇK	ODK	E	ODİ	ODİ	E	Çİ	E	ODK
C <sub>13</sub>	ÇK	ÇK	ODK	E	ÇK	K	Çİ	ÇK	ODK	ÇK	ODK	ÇK
C <sub>14</sub>	ODK	ODK	ÇK	İ	Çİ	ODİ	ODİ	E	ÇK	SDK	İ	K
C <sub>21</sub>	ÇK	ÇK	ODK	İ	K	İ	E	ODK	ODK	ODİ	ÇK	K
C <sub>22</sub>	K	E	K	ÇK	ODK	E	İ	ODİ	E	ÇK	K	ÇK
C <sub>23</sub>	K	ODK	ÇK	SDİ	İ	Çİ	E	İ	İ	ODİ	İ	E

$C_{31}$	ÇK	K	ODK	SDK	ÇK	ÇK	ÇK	Çi	K	ODK	ODK	Çi
$C_{32}$	ÇK	ÇK	E	ÇK	K	SDK	K	ODi	i	ÇK	SDK	E
$C_{33}$	K	ODK	ÇK	i	Çi	i	ODK	ÇK	ÇK	E	K	ÇK
$C_{34}$	ÇK	E	K	E	E	K	ÇK	K	ODK	i	ODi	ÇK
$C_{41}$	Çi	i	ODi	i	i	Çi	i	i	ODK	Çi	i	E
$C_{42}$	SDi	i	i	Çi	ODi	E	i	ODK	i	E	i	ODi
$C_{43}$	E	i	Çi	ÇK	E	ODK	i	Çi	ODi	Çi	ÇK	E
$C_{44}$	K	K	K	ODK	ÇK	ODK	i	ODi	K	K	Çi	ODi
$C_{51}$	ÇK	i	Çi	E	i	Çi	ODK	E	ÇK	Çi	i	i
$C_{52}$	E	ODi	E	ODi	i	i	i	Çi	Çi	K	E	Çi
$C_{53}$	i	ODi	ODi	E	Çi	ODi	SDi	i	i	ÇK	ODi	i
$C_{54}$	ODi	i	ODi	K	i	ÇK	i	E	E	ÇK	K	K

Tablo 11. İkili Karşılaştırma Matrisleri için CR Değerleri

	$DM_1$	$DM_2$	$DM_3$	$DM_1$	$DM_2$	$DM_3$	$DM_1$	$DM_2$	$DM_3$
N	5	5	5	4	4	4	3	3	3
RI	1.12	1.12	1.12	0.90	0.90	0.90	0.58	0.58	0.58
CR	0,098	0,099	0,094	0,094	0,080	0,056	0,056	0,066	0,046
N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
RI	0.90	0.90	0.90	0.90	0.90	0.90	0.90	0.90	0.90
CR	0,081	0,089	0,085	0,097	0,093	0,088	0,097	0,091	0,083

Tablo 12. Sezgisel Bulanık Küme Ortamında Ölçüt Ağırlıkları

$C_j$	Temel Ölçüt Ağırlığı			$C_{jl}$	Alt Ölçüt Ağırlığı			Toplam Ağırlık			Sıra	
	$(\mu,$	$u,$	$\pi)$		$(\mu,$	$u,$	$\pi)$	$(\mu,$	$u,$	$\pi)$		$w_{jl}$
$C_1$	0.281	0.039	0.680	$C_{11}$	0.258	0.162	0.580	0.072	0.195	0.733	0,0529	13
				$C_{12}$	0.203	0.091	0.706	0.057	0.126	0.816	0,0542	6
				$C_{13}$	0.233	0.083	0.684	0.066	0.118	0.816	0,0546	3
				$C_{14}$	0.228	0.046	0.726	0.064	0.083	0.853	0,0551	1
$C_2$	0.173	0.072	0.754	$C_{21}$	0.260	0.276	0.463	0.045	0.329	0.626	0,0455	19
				$C_{22}$	0.326	0.193	0.481	0.056	0.252	0.692	0,0499	17
				$C_{23}$	0.328	0.234	0.438	0.057	0.289	0.654	0,0484	18
				$C_{31}$	0.215	0.157	0.628	0.056	0.215	0.729	0,0512	15
$C_3$	0.261	0.070	0.669	$C_{32}$	0.328	0.117	0.556	0.086	0.178	0.736	0,0539	8
				$C_{33}$	0.192	0.075	0.734	0.050	0.139	0.811	0,0535	12
				$C_{34}$	0.252	0.052	0.696	0.066	0.118	0.816	0,0546	2
				$C_{41}$	0.248	0.188	0.564	0.065	0.245	0.691	0,0508	16
$C_4$	0.265	0.028	0.707	$C_{42}$	0.327	0.102	0.572	0.085	0.164	0.751	0,0542	4
				$C_{43}$	0.248	0.073	0.679	0.065	0.138	0.797	0,0541	7
				$C_{44}$	0.245	0.070	0.685	0.064	0.135	0.801	0,0542	5
				$C_{51}$	0.254	0.170	0.576	0.066	0.228	0.706	0,0515	14
$C_5$	0.298	0.025	0.677	$C_{52}$	0.276	0.104	0.620	0.072	0.166	0.762	0,0537	11
				$C_{53}$	0.265	0.097	0.639	0.069	0.160	0.771	0,0538	10
				$C_{54}$	0.239	0.081	0.680	0.062	0.145	0.792	0,0539	9

Tablo 13. İlk Alternatif için Grup Tercih İlişkisi Matrisi

	$C_{11}$	$C_{12}$	$C_{13}$	$C_{14}$	$C_{21}$	$C_{22}$	$C_{23}$	$C_{31}$	$C_{32}$	$C_{33}$	$C_{34}$
$(\mu,$	0.812	0.666	0.175	0.309	0.175	0.338	0.247	0.233	0.221	0.247	0.275
$u,$	0.130	0.282	0.773	0.640	0.773	0.611	0.702	0.716	0.727	0.702	0.673
$\pi)$	0.058	0.052	0.051	0.051	0.051	0.051	0.051	0.051	0.053	0.051	0.052
	$C_{41}$	$C_{42}$	$C_{43}$	$C_{44}$	$C_{51}$	$C_{52}$	$C_{53}$	$C_{54}$			
$(\mu,$	0.797	0.855	0.754	0.250	0.685	0.533	0.666	0.654			
$u,$	0.140	0.063	0.178	0.700	0.232	0.416	0.282	0.295			



$\pi$ )	0.064	0.081	0.068	0.050	0.082	0.050	0.052	0.052
---------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

**Tablo 14. İlk Alternatif İçin Ağırlıklandırılmış Karar Matrisi**

	$C_{11}$	$C_{12}$	$C_{13}$	$C_{14}$	$C_{21}$	$C_{22}$	$C_{23}$	$C_{31}$	$C_{32}$	$C_{33}$	$C_{34}$
( $\mu$ ,	0.059	0.038	0.012	0.020	0.008	0.019	0.014	0.013	0.019	0.012	0.018
$u$ ,	0.300	0.373	0.800	0.670	0.848	0.709	0.788	0.777	0.776	0.744	0.711
$\pi$ )	0.641	0.589	0.188	0.310	0.144	0.272	0.198	0.210	0.206	0.244	0.271
	$C_{41}$	$C_{42}$	$C_{43}$	$C_{44}$	$C_{51}$	$C_{52}$	$C_{53}$	$C_{54}$			
( $\mu$ ,	0.052	0.073	0.049	0.016	0.045	0.038	0.046	0.041			
$u$ ,	0.350	0.217	0.291	0.740	0.407	0.513	0.397	0.397			
$\pi$ )	0.598	0.710	0.660	0.244	0.547	0.448	0.557	0.562			

**Tablo 15. Sezgisel Bulanık Ortamda Yaklaşım Oran Derecesi**

$A_i$	$\tilde{y}_i^{F\ddot{O}}$			$\tilde{y}_i^{M\ddot{O}}$			$S(\tilde{y}_i^{F\ddot{O}})$	$S(\tilde{y}_i^{M\ddot{O}})$
	( $\mu$ ,	$u$ ,	$\pi$ )	( $\mu$ ,	$u$ ,	$\pi$ )		
1	0.336	0.000	0.664	0.177	0.016	0.807	0.336	0.161
2	0.370	0.000	0.630	0.149	0.050	0.801	0.370	0.098
3	0.429	0.000	0.571	0.177	0.021	0.802	0.429	0.155
4	0.361	0.000	0.639	0.177	0.019	0.804	0.361	0.158

**Tablo 16. Referans Noktası Ölçüt Değeri ve Hamming Uzaklık Ölçümü Değeri**

$A_i$	$\tilde{r}_j$			$d(\tilde{r}_j \ominus \tilde{r}_{ij})$							
	( $\mu$ ,	$u$ ,	$\pi$ )	$C_{11}$	$C_{12}$	$C_{13}$	$C_{14}$	$C_{21}$	$C_{22}$	$C_{23}$	$C_{31}$
1	0.07	0.22	0.71	0.166	0.312	1.166	0.906	1.261	0.983	1.142	1.119
2	0.06	0.23	0.71	1.281	0.893	0.912	0.027	0.602	0.988	0.187	1.416
3	0.06	0.21	0.72	0.101	0.488	0.261	0.668	0.915	0.534	0.541	0.541
4	0.05	0.31	0.64	0.088	0.028	0.987	0.530	0.823	1.137	0.418	0.230
$A_i$	$C_{32}$	$C_{33}$	$C_{34}$	$C_{41}$	$C_{42}$	$C_{43}$	$C_{44}$	$C_{51}$	$C_{52}$	$C_{53}$	$C_{54}$
1	1.117	1.053	0.988	0.266	0.000	0.149	1.046	0.380	0.593	0.360	0.360
2	1.293	0.052	0.695	0.236	0.178	0.902	0.927	0.280	0.295	0.224	0.719
3	0.562	1.135	1.072	0.476	0.359	0.117	0.449	0.959	0.049	0.006	0.428
4	0.954	0.765	0.290	0.105	0.258	0.077	0.090	0.024	0.171	0.418	0.995

Adım 8: IFWA operatörü kullanılarak karar vericilerin bireysel değerlendirmeleri grup tercih ilişkisi matrisine dönüştürülür. Bir örnek oluşturması açısından ilk alternatifin grup tercih ilişkisi matrisi Tablo 13'te gösterilmektedir.

Adım 9: Denklem (18) kullanılarak sezgisel bulanık küme sayısal çarpma operatör ile ağırlıklı karar matrisi oluşturulur. Bir örnek oluşturması açısından ilk alternatifin ağırlıklı karar matrisi Tablo 14'te gösterilmektedir.

Adım 10: Sezgisel bulanık küme toplama operatörü kullanılarak fayda ve maliyet ölçütlerine göre oran yaklaşım derecesi belirlenir. Tablo 15 sezgisel ortamdaki yaklaşım oran derecesi ve Tablo 18'de de final oran yaklaşımı sonucu gösterilmektedir.

Adım 11: Referans noktası derecesi Hamming uzaklık ölçümü kullanılarak hesaplanır. Tablo 16 en iyi ölçüt değerini ve Denklem 23 den elde edilen sonuçları göstermektedir. Tablo 18’de ise final referans noktası derecesi gösterilmektedir.

Adım 12: Sezgisel bulanık küme çarpma operatörü kullanılarak fayda ve maliyet ölçütlerine göre önem katsayısı derecesi belirlenir. Tablo 17’de sezgisel ortamdaki önem katsayısı ve Tablo 18’de de final önem katsayısı derecesi değerleri gösterilmektedir.

Adım 13: Elde edilen final sonuçlar Baskınlık teorisi kullanılarak, üç ayrı sıralamadan tek bir sıralama haline getirilir. Ortaya çıkan bu yeni sıralamaya göre  $A_3$  alternatifi en yüksek önem derecesine ve  $A_1$  alternatifi en düşük önem derecesine sahip. Tablo 18 elde edilen sonuçları göstermektedir.

**Tablo 17. Sezgisel Bulanık Ortamda Yaklaşım Oran Derecesi**

$A_i$	$\tilde{u}_i^{F\ddot{O}}$			$\tilde{u}_i^{M\ddot{O}}$			$S(\tilde{u}_i^{F\ddot{O}})$	$S(\tilde{u}_i^{M\ddot{O}})$
	$(\mu,$	$u,$	$\pi)$	$(\mu,$	$u,$	$\pi)$		
1	1.96E-25	1.00E+00	1.06E-07	0.02	0.74	0.24	-1.00	-0.73
2	2.92E-25	1.00E+00	2.95E-07	0.05	0.95	0.00	-1.00	-0.90
3	5.13E-23	1.00E+00	1.60E-05	0.02	0.86	0.12	-1.00	-0.84
4	8.60E-25	1.00E+00	5.55E-07	0.02	0.85	0.13	-1.00	-0.83

**Tablo 18. Final Oran Yaklaşımı, Referans Noktası, Önem Katsayısı Ve Elde Edilen Sıralama**

$A_i$	$Y_i$	Sıra	$P_i$	Sıra	$U_i$	Sıra	Genel Sıralama
1	0.1754	4	1.2612	3	1.3731	4	4
2	0.2711	2	1.4164	4	1.1057	1	2
3	0.2731	1	1.1352	1	1.1872	2	1
4	0.2030	3	1.1372	2	1.2089	3	3

#### 4. Yönetimsel Çıkarımlar ve Tartışma

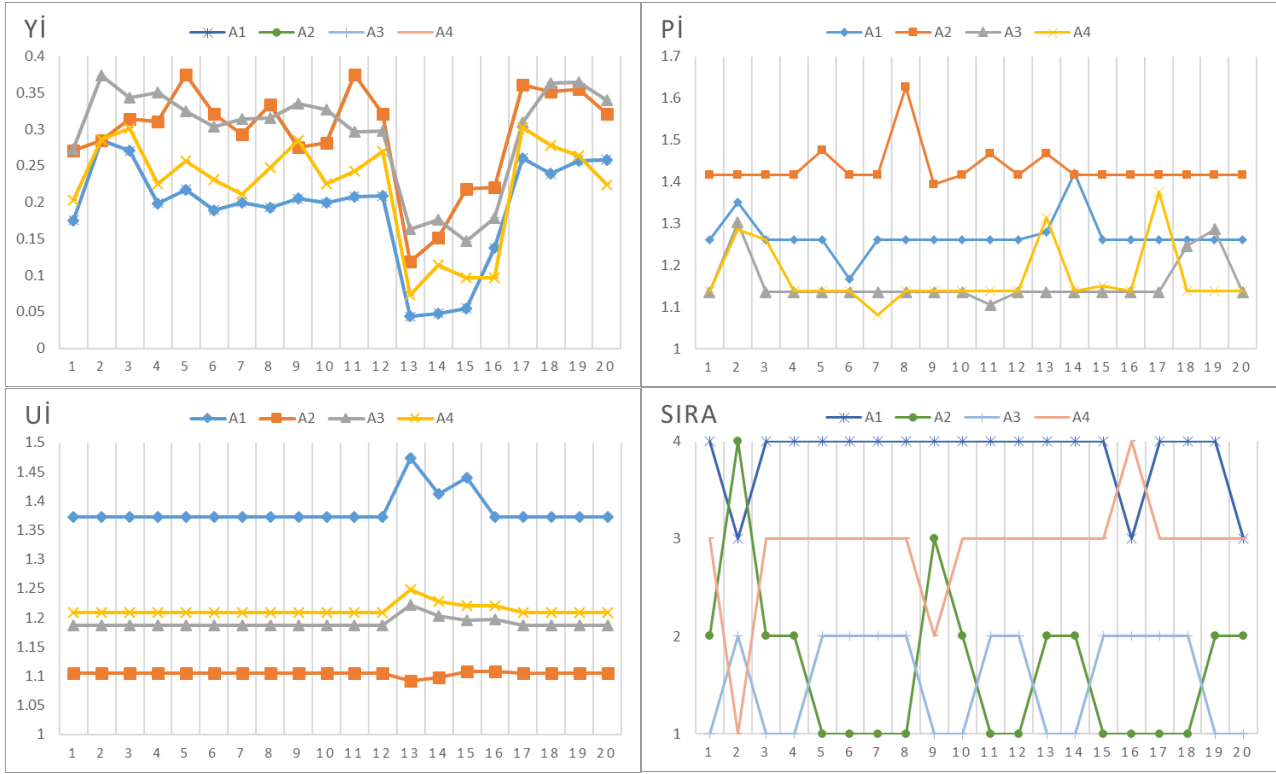
Yapılan alan araştırmaları ve bilimsel yazın taramaları neticesinde, üniversitelerin BAPSİS yazılımı ve buna bağlı olarak yazılım firmasının seçiminde büyük zorluklarla karşılaştıkları tespit edilmiştir. Bu çalışmanın amacı, BAPSİS yazılımı ve bu yazılımı sunacak firma seçiminde, sezgisel bulanık küme temelli GKV ortamında AHP yöntemi ile ölçüt ağırlıklarının belirlenmesi ve MULTIMOORA yönteminin yazılım firması alternatiflerinin sıralanması için kullanılması ve buna bağlı olarak en uygun yazılımın seçilmesidir. Yazında zorluk seviyeleri değişken ve uygulanabilirliği bulunan birçok ÇÖKV yöntemi vardır. Önerilen yöntem aşağıdaki gibi özetlenebilir: ilk adım, problemin niteliğini belirlemek ve tüm ölçütlere göre bütün alternatiflerin değerlendirme verilerini almaktır; ikinci adım, önerilen tekniklerle ölçüt ağırlıklarını bulmak ve bütün alternatiflerin genel performansını bu ölçütlere göre değerlendirmektir; ve son olarak, alternatifler performans sonuçlarına göre sıralamaya tabi tutulur ve en çok istenen sonuç en iyi alternatif olarak seçilir. Yazın incelendiğinde, çalışmada kullanılan yöntemlerinin birlikte kullanıldığı hiç bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ayrıca, bu çalışma BAPSİS yazılımının seçimi konusunu ele alan ilk çalışma olma özelliği taşımaktadır. AHP yöntemi karar vericiler tarafından belirlenen 5 temel ölçüt ve buna bağlı 19 alt ölçütün ağırlıklarının belirlenmesinde kullanılmıştır. Daha sonra, karar vericiler tarafından 4 alternatif yazılım firmasının her bir ölçüte göre değerlendirilmesi MULTIMOORA yöntemiyle yapılmıştır.

ÇÖKV yöntemleri, çoklu ölçütler dikkate alarak çoklu alternatifleri karşılaştırmak ve sıralamak için kullanılır. ÇÖKV problemlerinin özelliklerinden kaynaklanan belirsizlik veya muğlaklık nedeniyle, değerlendirme verileri, sıradan bulanık kümeler, sezgisel bulanık kümeler, aralık değerli bulanık kümeler ve benzeri gibi farklı boyutlarda incelenebilir. Tip-1 bulanık mantık, bulanık kümelerdeki üyelik derecesinin bulanık sayı olarak ölçüldüğü tip-2 bulanık mantığa genişletilebilir. Bazı uygulamalarda Tip-2 bulanık mantığın başarılı sonuçlar aldığı gözlemlenmektedir (Büyüközkan vd. 2019). Bunun yanında, Gerçek hayattaki durumlar karşısında birden fazla ölçüt kullanarak kararlar alınmalıdır. Birkaç alternatifi birden fazla ölçüte karşı değerlendirirken ödünleşme yapılmak zorunda kalınır, çünkü her bir ölçüte göre en iyi alternatifi bulmak

mümkün olmayabilir. Bir alternatifin diğerlerine göre bir veya daha fazla ölçüt temelinde tercih edilmesi sıklıkla gerçekleşir. Sıradan ÇÖKV yöntemleri temel olarak net veriler kullanır. Ancak gerçek hayatta karşılaşılan problemler, belirsizlikler ve tahmine dayalı kesin olmayan bilgilerle nitelenen ortamlarda gerçekleştiği için çok farklı seçim problemlerinin doğmasına yol açar. Bu nedenle, sıradan ÇÖKV yöntemleri bu tür meselelerle başa çıkmak için yeterli kabiliyete sahip değildir (Büyükközkan vd. 2018a). Ayrıca, gerçek hayatta çok önemli kararlar, bireysel karar vericilerle hareket etmekten çok, bir grup seçkin ve uzman aracılığıyla alınır. Endüstri ve fabrikalarda ya da sağlık yönetimi ve sosyal hizmetler gibi pratik problemlerde, önemli kararlar genellikle birden fazla danışman ve uzmanın toplu görüşlerine dayanarak alınır. Bazen uzmanlar farklı alanlara ve uzmanlık seviyelerine sahip olabilirler; bu nedenle, bu gibi durumlarda, çeşitli görüşler arasındaki çatışmaları ele almak için toplu kararların analizi ileri yöntemler gerektirebilir (Büyükközkan ve Göçer 2019). Diğer taraftan, bulanık kümelerin özel bir şekli olan sezgisel bulanık değerler, gerçek hayat seçim problemlerini çözmeye fırsatı sunmaktadır. GKV temelli bir sezgisel bulanık ortamda AHP ve MULTIMOORA'nın birlikte kullanımı yazında ilk kez bu çalışmada önerilmiştir. AHP tekniği, belirli veya belirsiz karar ortamlarında birden fazla ölçüte ve birden fazla KV'ye sahip alternatifleri sıralamak ve seçmek için kullanılan nicel bir yöntemdir. AHP, problemin ana hedefi, ölçütler ve KV'lerin karmaşık problemleri için alt ölçütler arasındaki ilişkiyi temsil ederek hiyerarşik yapının modellenmesine izin verir. AHP tekniği, karar problemlerinin karmaşıklığını (çoklu alternatif ve çoklu ölçütler) ikili karşılaştırmalar için giderir, karşılaştırmaların tutarlı olup olmadığını kontrol eder ve bir sonuç almaya çalışır. MULTIMOORA tekniğinin çıktısı ise, üçlü sıralama yöntemlerinin sonuçlarını toplayarak elde edilen bir sıralama olmasıdır. Bu yöntem, karşılaştırılabilir sıralamalara üretmek için vektör normalleştirme tekniğini ve Oran Yaklaşımı, Referans Noktası, Önem Katsayısı başlıklı üç alt sıralama yönteminden faydalanır (Feyzioğlu vd. 2018). Genel olarak, MULTIMOORA tekniğinin avantajları şunları içerir: matematiksel işlemler basitleştirilir, hesaplama süresi düşürülür, KV için karar almak kolaylaştırılır, üç farklı yöntem kullanarak elde edilen üç faydalı sıralama birleştirilerek bütünleştirici bir sonuç üretilir. Bu çalışmanın öne çıkan diğer bir özelliği, iki farklı ÇÖKV yöntemini bir uyum içinde kullanmasıdır. Sezgisel bulanık değerlerin GKV ile birlikte kullanılması, ÇÖKV yöntemlerinin entegre edilebilmesi açısından faydalarını daha da artırabilir. Aşağıdaki alt bölümlerde, Önerilen yöntemin geçerliliğini daha iyi göstermek için, önce ölçüt ağırlıklarının duyarlılığı test edilmiş sonra da farklı ÇÖKV yöntemleri ile önerilen yöntem karşılaştırılmıştır.

#### 4.1 Duyarlılık Analizi

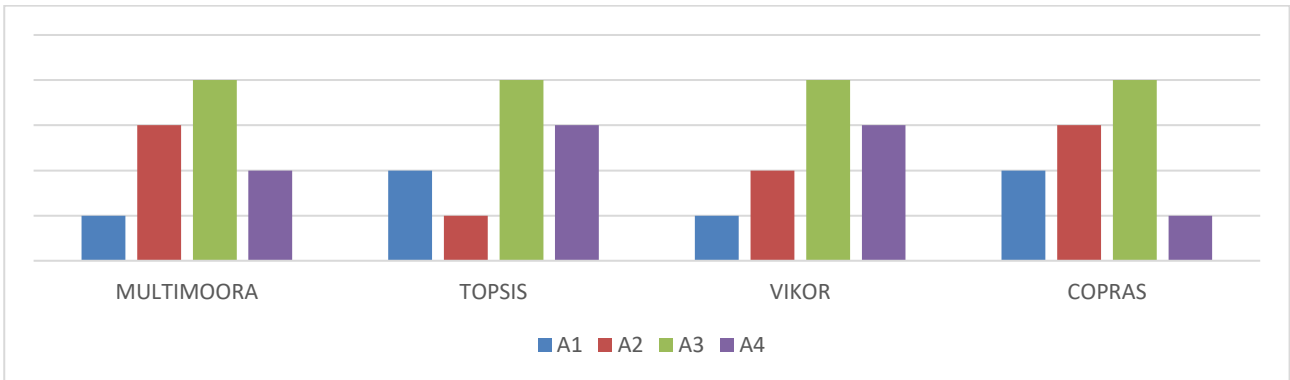
Alternatiflerin farklı ölçüt ağırlıkları altında hareketlerini gözlemlemek için duyarlılık analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Şekil 3'te tasvir edilmiştir. Her bir ölçütün ağırlığı sırasıyla, mümkün olan en yüksek ağırlık olan SDİ dilsel ifadesine karşılık gelen sezgisel bulanık sayı değerine sabitlenip, yeni oluşan  $Y_i$ ,  $U_i$ ,  $P_i$  ve genel sıralama değerlerinin değişimi gözlenmiştir. Toplamda 19 durum incelenmiş ve önerilen yöntemden elde edilen sonuçla karşılaştırılmıştır. Duyarlılık analizi bize  $A_1$  alternatifinin ölçüt ağırlığı değişiminden en fazla etkilenen aday olmasına rağmen genel sıralamada yerini iki durum hariç hep sabit kaldığını göstermiştir. Bunun yanı sıra  $A_3$  alternatifinin oran yaklaşımı, referans noktası ve önem katsayısı değerleri ölçüt ağırlığı değişiminden fazla etkilenmese de, genel sıralamada  $A_2$  alternatifi ile yer değişiminin yüksek olduğu görülmektedir. Bütün bu analizler bize alternatiflerin sıralamasının karar vericilerin ölçütler hakkındaki yargılarından etkilendiğini göstermektedir.



Şekil 3. Ölçüt Ağırlıkları Duyarlılık Analiz Sonuçları

#### 4.2 Karşılaştırma

Farklı ÇÖKV yöntemleri ile elde edilen sonuçlar arasında küçük sapmalar gözlemlenebilir (Büyüközkan vd. 2018a). Bu bölümde, önerilen yöntemin, TOPSIS (Büyüközkan ve Göçer 2017b), VIKOR (Büyüközkan vd. 2019) ve COPRAS (Büyüközkan vd. 2018b) yöntemleriyle karşılaştırılması yapılmıştır. Bu yöntemler farklı algoritmalara sahiptirler. Bu sebeple aynı veriler çeşitli yöntemlerle farklı şekillerde ele alınmaktadır. Örneğin, MULTIMOORA kısmen oran analizine dayanırken, TOPSIS pozitif ve negatif ideal çözümlerden sapmalara dayanmaktadır. Dolayısıyla, oran ve mesafe farklı sonuçlar vermektedir. Şekil 4'te önerilen yöntem ile karşılaştırılan diğer yöntemler arasında en iyi alternatif için anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Öte yandan, diğer alternatiflerin sırası ise değişiklik göstermektedir. Analiz sonrası karar vericilerle yapılan görüşmeler, bize önerilen yöntemle elde edilen sonuçların daha mantıklı olduğu kanısının karar vericiler tarafından da paylaşıldığını göstermiştir.



Şekil 4. Farklı ÇÖKV Yöntemleri Karşılaştırma Sonuçları

#### Sonuç ve Değerlendirme

Süreç yönetim sistemi kullanmak, kurumlara iş akışlarının hızlanmasında ve iyileştirilmesinde farklı fırsatlar sunar. Süreç yönetim sisteminin temel odaklandığı nokta kurumsal iş süreçlerinin izlenmesi ve bulunan eksiklerin kapatılmasıdır. BAPSIS yazılımının üniversitelerin iş süreçlerinde kalitenin artırılması açısından çok faydaları bulunmaktadır.

BAPSİS yazılımı, süreçlerin ve süreçlerdeki verilerin gerçek zamanlı izlenmesi ve raporlanmasını kolaylaştırır. Dijital çağın sağladığı teknolojik olanaklar sayesinde fiziksel dokümana gerek kalmadan bilimsel araştırma projelerinin takibini sağlar. Bu yüzden doğru BAPSİS yazılımının seçilmesinde dışardan tedarik edilecek bir firmanın kullanılması, seçim ortamının uygunluğu, operasyon maliyetlerinin minimuma indirgenmesi ve sorun yaratan ya da zaman alan iş süreçlerinin azaltılması açısından daha iyi bir seçenek olarak görülmüştür. Bu çalışmada dört BAPSİS yazılımı için değerlendirme yapılmıştır. BAPSİS yazılım seçimi üniversite yönetimleri açısından önemli problemlerden biridir. Uygun bir BAPSİS yazılımı seçimi karmaşık yapıya sahiptir. ÇÖKV yöntemleri bu karmaşık problemleri çözmekte uygun imkânlarla sahiptir ve ayrıca sezgisel bulanık küme, gerçek yaşam problemlerini çözmek için geleneksel yöntemlere göre daha büyük fırsatlar sunar. Bu yüzden sezgisel bulanık temelli AHP ve MULTIMOORA yöntemleri BAPSİS sistemi seçimi için önerilmiştir. Bildiğimiz kadarıyla, bu yöntem sezgisel bulanık ortamda ilk kez birlikte kullanılmış ve GKV ortamında entegre bir ÇÖKV yöntemi olarak önerilmiştir. Bu araştırmanın amacı, en iyi olan alternatifi belirlemek için mevcut bir dizi BAPSİS yazılımı adaylarını değerlendirmektir. Bu değerlendirme sürecinde sezgisel bulanık küme temelli dilsel ifadeler kullanılmış, geniş bir yazın taraması yapılmış ve bir grup karar vericinin yardımı ile BAPSİS yazılımı seçiminde göz önünde bulundurulması gereken karar ölçütleri belirlenmiştir. Önerilen yöntemin uygulanabilirliği ve geçerliliği bir vaka çalışması ile gösterilmiştir. Öte yandan duyarlılık analizi ve diğer yöntemlerle karşılaştırma yapılarak yöntemin uygunluğu ortaya konmuştur. Duyarlılık analizi ile ölçüt ağırlıklarının önerilen yöntem üzerindeki etkileri analiz edilmiş, birden fazla ÇÖKV tekniği kullanılarak analiz sonuçlarını karşılaştırma imkânı bulunmuştur. Böylece önerilen seçim modelinin geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiştir. Farklı yöntemler farklı sonuçlar verebildiğinden, bütün yöntemlerin en iyi alternatif için önerilen yöntemin belirlediği adayı işaret etmesi yöntemin tutarlı ve güvenilir bir yöntem olduğu ortaya koymuştur. Sonuç olarak, tek bir sıralama elde etmek amacıyla da önerilen yöntem kullanılmıştır. Bu entegre yaklaşım, ÇÖKV problemlerinde karşılaşılabilecek belirsiz durumları ele alma yeteneğine sahiptir. Gelecekte bu çalışmanın ardından izlenecek birkaç farklı yol bulunmaktadır. Önerilen çalışma sezgisel bulanık MULTIMOORA yaklaşımını kullanmaktadır. Umut veren diğer araştırma alanları, klasik bulanık, tip-2 bulanık veya Pisagor bulanık kümeleri kullanılarak GKV değerlendirilmeleri yapmak olabilir. Bu noktadan hareketle, diğer ÇÖKV yöntemlerinin kullanılması da probleme başka bir katkı sağlayabilir. Bu alanlarda ilerleme sağlamak, problemin yeni bir bakış açısıyla anlaşılmasına yardımcı olabilir.

## Kaynakça

- Abdullah L, Najib L (2016a) Sustainable energy planning decision using the intuitionistic fuzzy analytic hierarchy process: choosing energy technology in Malaysia. *Int J Sustain Energy* 35:360–377. doi: 10.1080/14786451.2014.907292
- Abdullah L, Najib L (2016b) A new preference scale mcdm method based on interval-valued intuitionistic fuzzy sets and the analytic hierarchy process. *Soft Comput* 20:511–523. doi: 10.1007/s00500-014-1519-y
- Abdullah L, Najib L (2014) A new preference scale of intuitionistic fuzzy analytic hierarchy process in multi-criteria decision making problems. *J Intell Fuzzy Syst* 26:1039–1049. doi: 10.1007/s00500-014-1519-y
- Atalay KD, Can GF (2018) A new hybrid intuitionistic approach for new product selection. *Soft Comput* 22:2633–2640. doi: 10.1007/s00500-017-2517-7
- Atanassov K. (1986) Intuitionistic fuzzy sets. *Fuzzy Sets Syst* 20:87–96
- Ayağ Z, Yücekaya A (2019) A Fuzzy ANP-Based GRA Approach to Evaluate ERP Packages. *Int J Enterp Inf Syst* 15:45–68. doi: 10.4018/IJEIS.2019010103
- Baki B, Çakar K (2005) Determining the ERP package-selecting criteria: The case of Turkish manufacturing companies. *Bus Process Manag J* 11:75–86. doi: 10.1108/14637150510578746
- Boran FE, Genç S, Kurt M, Akay D (2009) A multi-criteria intuitionistic fuzzy group decision making for supplier selection with TOPSIS method. *Expert Syst Appl* 36:11363–11368. doi: 10.1016/j.eswa.2009.03.039
- Brauers WKM, Zavadskas EK (2011) Multimoora Optimization Used to Decide on a Bank Loan to Buy Property. *Technol Econ Dev Econ* 17:174–188. doi: 10.3846/13928619.2011.560632
- Brauers WKM, Zavadskas EK (2010) Project management by multimoora as an instrument for transition economies. *Technol Econ Dev Econ* 16:5–24. doi: 10.3846/tede.2010.01
- Büyüközkan G, Feyzioğlu O, Göçer F (2016) Evaluation of hospital web services using intuitionistic fuzzy AHP and intuitionistic fuzzy VIKOR. In: 2016 IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM). IEEE, pp 607–611

- Büyüközkan G, Göçer F (2017a) Application of a new combined intuitionistic fuzzy MCDM approach based on axiomatic design methodology for the supplier selection problem. *Appl Soft Comput* 52:1222–1238. doi: 10.1016/j.asoc.2016.08.051
- Büyüközkan G, Göçer F (2018) An extension of ARAS methodology under Interval Valued Intuitionistic Fuzzy environment for Digital Supply Chain. *Appl Soft Comput* 69:634–654. doi: 10.1016/j.asoc.2018.04.040
- Büyüközkan G, Göçer F (2019) Smart medical device selection based on intuitionistic fuzzy Choquet integral. *Soft Comput* 23:10085–10103. doi: 10.1007/s00500-018-3563-5
- Büyüközkan G, Göçer F (2017b) An Intuitionistic Fuzzy MCDM Approach for Effective Hazardous Waste Management. In: *Intelligence Systems in Environmental Management: Theory and Applications*. Springer, pp 21–40
- Büyüközkan G, Göçer F, Feyzioğlu O (2018a) Cloud computing technology selection based on interval-valued intuitionistic fuzzy MCDM methods. *Soft Comput* 22:5091–5114. doi: 10.1007/s00500-018-3317-4
- Büyüközkan G, Göçer F, Feyzioğlu O (2018b) Cloud Computing Technology Selection Based on Interval Valued Intuitionistic Fuzzy COPRAS. In: Kacprzyk J, Szmidt E, Zadrożny S, vd. (eds) *Advances in Intelligent Systems and Computing (Proceedings of: EUSFLAT- 2017)*. Springer International Publishing, pp 318–329
- Büyüközkan G, Göçer F, Karabulut Y (2019) A new group decision making approach with IF AHP and IF VIKOR for selecting hazardous waste carriers. *Measurement* 134:66–82. doi: 10.1016/j.measurement.2018.10.041
- Büyüközkan G, Ruan D (2008a) Evaluation of software development projects using a fuzzy multi-criteria decision approach. *Math Comput Simul* 77:464–475. doi: 10.1016/j.matcom.2007.11.015
- Büyüközkan G, Ruan D (2008b) Evaluation of software development projects using a fuzzy multi-criteria decision approach. *Math Comput Simul* 77:464–475. doi: 10.1016/j.matcom.2007.11.015
- Çakır E (2018) Elektronik Belge Yönetim Sistemi (EBYS) Yazılımı Seçiminde Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri: Bir Belediye Örneği. *Business, Econ Manag Res J* 1:15–30
- Demirci JR, Bogen DL (2017) Feasibility and acceptability of a mobile app in an ecological momentary assessment of early breastfeeding. *Matern Child Nutr* 13:e12342. doi: 10.1111/mcn.12342
- Efe B, Kurt M, Efe ÖF (2017) An integrated intuitionistic fuzzy set and mathematical programming approach for an occupational health and safety policy. *Gazi Univ J Sci* 30:73–95
- Eyüboğlu F (2012) *Süreç Yönetimi ve Süreç İyileştirme*, 2. Baskı. Sistem Yayıncılık
- Feyzioğlu O, Göçer F, Büyüközkan G (2018) Interval-valued intuitionistic fuzzy MULTIMOORA approach for new product development. In: *Data Science and Knowledge Engineering for Sensing Decision Support*. WORLD SCIENTIFIC, pp 1066–1073
- Hwang CL, Yoon K (1981) *Multiple Attribute Decision Making-Methods and Application*. Springer, New York
- Iranpour A, Sayyadi Tooranloo H, Ayatollah AS (2018) A model for supplier evaluation and selection based on integrated interval-valued intuitionistic fuzzy AHP-TOPSIS approach. *Int J Math Oper Res* 13:401. doi: 10.1504/IJMOR.2018.10016119
- Karasan A (2019) A Novel Hesitant Intuitionistic Fuzzy Linguistic AHP Method and Its Application to Prioritization of Investment Alternatives. *Int J Anal Hierarchy Process* 11:1–11. doi: 10.13033/ijahp.v11i1.610
- Karasan A, Erdogan M, Ilbahar E (2018) Prioritization of production strategies of a manufacturing plant by using an integrated intuitionistic fuzzy AHP & TOPSIS approach. *J Enterp Inf Manag* 31:510–528. doi: 10.1108/JEIM-01-2018-0001
- Kilic HS, Zaim S, Delen D (2014) Development of a hybrid methodology for ERP system selection: The case of Turkish Airlines. *Decis Support Syst* 66:82–92. doi: 10.1016/j.dss.2014.06.011
- Kilic HS, Zaim S, Delen D (2015) Selecting “The Best” ERP system for SMEs using a combination of ANP and PROMETHEE methods. *Expert Syst Appl* 42:2343–2352. doi: 10.1016/j.eswa.2014.10.034
- Kuo RJ, Hong SY, Huang YC (2010) Integration of particle swarm optimization-based fuzzy neural network and artificial neural network for supplier selection. *Appl Math Model* 34:3976–3990. doi: 10.1016/j.apm.2010.03.033
- Kutlu B, Akpınar E (2009) ERP Software Selection using Fuzzy Methodology: A Case Study. *J Appl Sci* 9:3378–3384

- Li Y-L, Wang R, Chin K-S (2019) New failure mode and effect analysis approach considering consensus under interval-valued intuitionistic fuzzy environment. *Soft Comput.* doi: 10.1007/s00500-018-03706-5
- Liao H, Xu Z (2015) Consistency of the fused intuitionistic fuzzy preference relation in group intuitionistic fuzzy analytic hierarchy process. *Appl Soft Comput* 35:812–826. doi: 10.1016/j.asoc.2015.04.015
- Mylonas A, Kastania A, Gritzalis D (2013) Delegate the smartphone user? Security awareness in smartphone platforms. *Comput Secur* 34:47–66. doi: 10.1016/j.cose.2012.11.004
- Nisel S, Özdemir M (2016) Analytic Hierarchy Process & Analytic Network Process In Sport: A Comprehensive Literature Review. *Int J Anal Hierarchy Process* 8:405–429. doi: 10.13033/ijahp.v8i3.448
- Opricovic S (1998) *Multicriteria Optimization of Civil Engineering Systems*. Faculty of Civil Engineering, Belgrade
- Otay İ, Oztaysi B, Cevik Onar S, Kahraman C (2017) Multi-expert performance evaluation of healthcare institutions using an integrated intuitionistic fuzzy AHP&DEA methodology. *Knowledge-Based Syst* 133:90–106. doi: 10.1016/j.knsys.2017.06.028
- Saaty TL (1996) *The analytic network process*. RWS Publ Expert Choice, Inc
- Saaty TL (1982) The Analytic Hierarchy Process: A New Approach to Deal with Fuzziness in Architecture. *Archit Sci Rev* 25:64–69. doi: 10.1080/00038628.1982.9696499
- Saaty TL (1977) A scaling method for priorities in hierarchical structures. *J Math Psychol* 15:234–281
- Saaty TL (1980) *The analytic hierarchy process: planning, priority setting, resources allocation*. McGraw-Hill
- Sadiq R, Tesfamariam S (2009) Environmental decision-making under uncertainty using intuitionistic fuzzy analytic hierarchy process (IF-AHP). *Stoch Environ Res Risk Assess* 23:75–91. doi: 10.1007/s00477-007-0197-z
- Smith A, de Salas K, Lewis I, Schüz B (2017) Developing smartphone apps for behavioural studies: The AlcoRisk app case study. *J Biomed Inform* 72:108–119. doi: 10.1016/j.jbi.2017.07.007
- Tooranloo HS, Iranpour A (2017) Supplier selection and evaluation using interval-valued intuitionistic fuzzy AHP method. *Int J Procure Manag* 10:539. doi: 10.1504/IJPM.2017.086399
- Wang W, Xin X (2005) Distance measure between intuitionistic fuzzy sets. *Pattern Recognit Lett* 26:2063–2069. doi: 10.1016/j.patrec.2005.03.018
- Wang Y, Xu Z (2018) Evaluation of the Human Settlement in Lhasa with Intuitionistic Fuzzy Analytic Hierarchy Process. *Int J Fuzzy Syst* 20:29–44. doi: 10.1007/s40815-017-0422-y
- Xu Z (2011) *Intuitionistic Preference Modeling and Interactive Decision Making*. Springer
- Xu Z, Liao H (2014) Intuitionistic fuzzy analytic hierarchy process. *Fuzzy Syst IEEE Trans* 22:1. doi: 10.1109/TFUZZ.2013.2272585
- Xu Z, Yager RR (2006) Some geometric aggregation operators based on intuitionistic fuzzy sets. *Int J Gen Syst* 35:417–433. doi: 10.1080/03081070600574353
- Yu Y, Darko A, Chan APC, vd (2018) Evaluation and Ranking of Risk Factors in Transnational Public–Private Partnerships Projects: Case Study Based on the Intuitionistic Fuzzy Analytic Hierarchy Process. *J Infrastruct Syst* 24:04018028. doi: 10.1061/(ASCE)IS.1943-555X.0000448
- Zadeh LA (1965) Fuzzy sets. *Inf Control* 8:338–353. doi: 10.1016/S0019-9958(65)90241-X
- Zavadskas EK, Antucheviciene J, Hajiagha SHR, Hashemi SS (2015) The interval-valued intuitionistic fuzzy MULTIMOORA method for group decision making in engineering. *Math Probl Eng* 2015:. doi: 10.1155/2015/560690
- Zavadskas EK, Kaklauskas A, Sarka V (1994) The new method of multi-criteria complex proportional assessment of projects. *Technol Econ Dev Econ* 1:131–139
- Zhang C, Chen C, Streimikiene D, Balezentis T (2019) Intuitionistic fuzzy MULTIMOORA approach for multi-criteria assessment of the energy storage technologies. *Appl Soft Comput* 79:410–423. doi: 10.1016/j.asoc.2019.04.008
- Zhao H, You JX, Liu HC (2016) Failure mode and effect analysis using MULTIMOORA method with continuous weighted entropy under interval-valued intuitionistic fuzzy environment. *Soft Comput* 1–13. doi: 10.1007/s00500-016-2118-x

## Extended Abstract

### Aim and Scope

Scientific Research Project Information Management Systems (BAPSIS) are used in order to organize the stages of receiving, evaluating, and accepting or rejecting the project applications in universities, and also to monitor the project status and to coordinate the whole process. The BAPSIS management systems reduce the workload in project operations, eliminate complexities, and allow for transparent and secure monitoring of processes. Therefore, Outsourcing the Scientific Research Project management systems is the best option to select the suitable BAPSIS information management system, to provide the appropriate selection environment, to minimize the operation costs, and to reduce problematic areas or time-consuming business processes for universities. It is not a very simple decision-making process for university administrations to comply with all constraints and choose the most cost effective system that can maximize efficiency. The purpose in this study is to determine the criteria affecting the decision on BAPSIS system selection for a university in Turkey and to evaluate of possible alternatives according to determined criteria from the perspective of effective process management in universities.

### Methods

In this evaluation, Group Decision Making is preferred to a single decision maker model in order to prevent prejudices in the evaluation / selection process and to minimize the subjectivity in the decision process. In addition, Analytic Hierarchy Process (AHP), one of the Multi Criteria Decision Making (MCDM) methods, have been used to determine the importance of evaluation criteria since it provides an effective, systematic and easily applicable solution approach. In order to highlight the best alternative among the given candidates, the MULTIMOORA (Multi-Objective Optimization on the basis of Ratio Analysis plus the Full Multiplicative Form) technique have been evaluated as an effective and useful ranking method. Intuitionistic fuzzy (IF) sets are preferred due to their ability to define the fuzzy characters of the elements more comprehensively and thus better deal with fuzziness and uncertainty. Thus, as an effective contribution have been made to model ambiguous or indefinite information: a MCDM solution methodology in which IF Sets are integrated with GDM based AHP and MULTIMOORA techniques for the first time.

### Findings

In this study, four BAPSIS software are evaluated. BAPSIS software selection is one of the significant problems of university administrations in terms of efficiency and productivity in performing scientific research projects. The selection of a suitable BAPSIS software is thus complex procedure needs to be given serious considerations. On the other hand, the MCDM methods have the means to solve these complex problems. Therefore, IF based AHP and MULTIMOORA methods have been proposed for BAPSIS information management system selection. As a result of sensitivity and comparison analysis, it has been shown that IF set values offers greater opportunities to solve real-life selection problems much better than traditional methods. Consequently, the listed alternatives of the software company has been ranked accordingly.

### Conclusion

Selecting the most cost-effective BAPSIS software system that can maximize productivity and comply with all constraints is not a simple decision-making process for university administrations. The originality of this research stems from the power of AHP and MULTIMOORA techniques to integrate the IF environment into a GDM-based MCDM method. Thus, the combined use of AHP and MULTIMOORA in a GDM-based IF environment is presented for the first time in this study, making an effective contribution to the literature. Another prominent feature of this study is that it uses two different MCDM methods in harmony. In this evaluation process, IF based linguistic expressions are used, a wide literature review is made and the decision criteria to be considered in the selection of BAPSIS software are determined with the help of a group of decision makers. The applicability and validity of the proposed method has been demonstrated in a case study. In addition, Sensitivity analysis and comparison with existing techniques have also been presented to verify the validity of the result under changing conditions.



# İslami ve Konvansiyonel Hisse Senedi Piyasaları Arasında Ortalama ve Varyansta Nedensellik İlişkisi: A.B.D., İngiltere, Malezya ve Türkiye Örneği<sup>1</sup>

## Causality in Mean and Variance between Islamic and Conventional Stock Markets: The Case of US, the UK, Malaysia, & Turkey

Fatih Güçlü<sup>2</sup>

### Öz

*Bu araştırmanın amacı, Modern Portföy Teorisi çerçevesinde, İslami hisse senedi piyasalarının konvansiyonel hisse senedi piyasalarından finansal bulaşma bağlamında ne ölçüde farklılaştığının belirlenmesidir. Bu amaca yönelik olarak Türkiye, Malezya, A.B.D. ve İngiltere İslami hisse senedi endeksleri arasındaki ilişkiler Hong ortalamada ve varyansta nedensellik testi ile incelenerek hem İslami ve konvansiyonel hisse senedi piyasaları arasındaki hem de uluslararası İslami hisse senedi piyasaları arasındaki finansal bulaşma etkileri belirlenmeye çalışılmıştır. Analizi sonuçlarına göre Malezya hariç hiçbir ülkeye ait İslami hisse senedi piyasaları ile konvansiyonel hisse senedi piyasaları arasında hem ortalama getirilerde hem de varyanslarında bir nedensellik ilişkisine rastlanmamıştır. Bu sonuç, İslami hisse senedi piyasalarında yer alan hisse senetlerinin, konvansiyonel hisse senedi piyasalarında işlem gören hisse senetleri arasından seçildiği için bu iki piyasanın birlikte hareket etmesi gerektiğini öne süren görüşün geçerli olmadığını, İslami ve konvansiyonel hisse senedi piyasalarının ayrıştığını göstermektedir. Farklı ülkelerin İslami hisse senedi piyasaları arasındaki nedensellik analizi sonuçlarına bakıldığında ise gelişmiş ülkelerin İslami hisse senedi piyasaları ile gelişmekte olan ülkelerin İslami hisse senedi piyasalarının birlikte hareket ettiği görüşünün büyük ölçüde desteklendiği görülmektedir.*

**Anahtar Kelimeler:** İslami Hisse Senedi Piyasaları, Finansal Bulaşma, Varyansta Nedensellik.

### Abstract

*The aim of this study is to determine the extent to which Islamic stock markets differ from conventional stock markets in the context of financial contagion within the framework of Modern Portfolio Theory. For this purpose, the relationship between the Islamic stock indices of Turkey, Malaysia, US, and the UK were examined by using causality in mean and variance test developed by Hong to determine the effects of financial contagion between the Islamic and conventional stock markets as well as the international Islamic stock markets. According to the results of the analysis, no causality relationship was found between the Islamic stock markets of any country except Malaysia and conventional stock markets in both mean returns and variances. This result shows that the views suggesting that Islamic and conventional stock markets should act together because the stocks in the Islamic stock markets are selected among the stocks traded in the conventional stock markets are not valid and the Islamic and conventional stock markets are decoupled. When the results of the causality analysis between the Islamic stock markets of different countries are analyzed, it is seen that the stock Islamic stock markets of developed countries and developing countries act together.*

**Keywords:** Islamic Stock Markets, Financial Contagion, Causality in Variance.

### Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL: G10, G11, G15

Submitted: 25 / 08 / 2019

Accepted: 16 / 12 / 2019

<sup>1</sup> Bu çalışma, Dr. Öğr. Üyesi Metin KILIÇ'ın danışmanlığında tamamlanan, Fatih GÜÇLÜ'ye ait "İslami Hisse Senedi Piyasaları ile Geleneksel Hisse Senedi Piyasaları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz: A.B.D., İngiltere, Malezya ve Türkiye Örneği" isimli doktora tez çalışmasından türetilmiştir.

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Karabük Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, fatihguclu@karabuk.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1007-4594

## Giriş

Küreselleşme ve teknolojinin hızlı gelişimi, kapalı ekonomilere sahip birtakım gelişmekte olan ülke piyasalarının liberalleşme sürecini hızlandırmış ve gelişmiş ülkelerin finansal piyasaları ile gelişmekte olan ülkelerin finansal piyasalarının entegrasyon düzeyini artırmıştır. Piyasaların birbirine entegre olmasının, ekonomik büyümeyi hızlandırma, sermaye maliyetlerinin düşmesi, bireysel yatırımcıların farklı ülkelerin piyasalarına daha kolay erişimi, piyasaların hacminin ve likiditesinin artması gibi pek çok avantajı bulunmaktadır (Dewandaru vd., 2014: 554; Hussin vd., 2013: 18). Ancak tüm bu avantajlar, piyasaların birlikte hareket etme eğilimi içerisinde girmesini beraberinde getirmektedir. Entegrasyon düzeyinin artmasıyla birlikte bir piyasada yaşanan şoklar diğer piyasaları da etkisi altına almakta, dolayısıyla piyasalar dışardan gelebilecek şoklara daha duyarlı hale gelmektedir. Literatürde piyasalar arası bilgi yayılımı ya da finansal bulaşma kavramları ile açıklanan bu olgu, uluslararası çeşitlendirmenin portföy riskinin düşürülmesi noktasındaki katkısını olumsuz yönde etkilemektedir. Genel anlamında tüm piyasaları etkileme gücüne sahip bu olgunun, İslami hisse senedi piyasalarını ne derece etkilediği hususu, pek çok araştırmaya konu olmaktadır. Zira İslami hisse senedi piyasalarının konvansiyonel piyasalarda yaşanan gelişmelere duyarlı olması beklense de, sektörel bazda birtakım kısıtları karşılayan ve düşük kaldıraç oranlarına sahip şirketlerin hisse senetlerini bünyelerinde barındırmaları nedeniyle bu piyasaların, finansal bulaşma etkisinden uzak kalabilme ihtimalleri mevcuttur. Bu önermenin sağlanması halinde, İslami hisse senedi piyasalarının yatırımlara dini hassasiyetlerle yaklaşan yatırımcıların yanında, böyle bir hassasiyete sahip olmayan ancak çeşitlendirme avantajından yararlanmak isteyen yatırımcılar için de cazip bir seçenek olacağı ve bu sayede bu piyasaların işlem hacimlerinin ve likiditelerinin artacağı açıktır.

Araştırmada, finansal bulaşma olgusunun İslami hisse senedi piyasalarında geçerli olup olmadığı ampirik olarak incelenmiştir. Bu bağlamda araştırmanın amacı, Modern Portföy Teorisi çerçevesinde, İslami hisse senedi piyasalarının konvansiyonel hisse senedi piyasalarından finansal bulaşma bağlamında ne ölçüde farklılaştığının belirlenmesidir. Bu amaca yönelik olarak Türkiye, Malezya, A.B.D. ve İngiltere İslami hisse senedi endeksleri arasındaki ilişkiler Hong nedensellik testi ile incelenerek hem İslami ve konvansiyonel hisse senedi piyasaları arasındaki hem de uluslararası İslami hisse senedi piyasaları arasındaki finansal bulaşma etkileri belirlenmeye çalışılmıştır.

## 1. Teorik Çerçeve

### 1.1. İslami Hisse Senedi Endeksleri

Konvansiyonel hisse senedi piyasalarında işlem gören hisse senetlerinin tamamı, İslam'ın izin verdiği alanlarda faaliyet gösteren şirketlere ait değildir. Bununla birlikte faaliyet alanı açısından İslami kurallara zıt düşmeyen şirketlerin aktif ve pasiflerinin nerelere yatırıldığı ya da nerelerden elde edildiği, bu şirketlere ait hisse senetlerinin İslami kurallara uygun bir yatırım aracı olma vasfını taşıyıp taşımadığını belirleyen hususlardır. Bu bağlamda, Müslüman yatırımcıların dini hassasiyetlerini göz bulundurarak konvansiyonel hisse senedi piyasalarında işlem gören hisse senetlerini İslami kurallar baz alınarak oluşturulan filtreleme ölçütleri ile eleyip, bu eleme neticesinde uygun hisse senetlerinden teşkil edilen İslami hisse senedi endeksleri, çeşitli endeks sağlayıcıları ve borsalar tarafından 1990'ların sonundan itibaren yayınlanmaya başlamıştır.

İslami hisse senedi endekslerinin filtreleme ölçütleri, temel olarak faaliyet alanı ölçütleri ve finansal ölçütler olmak üzere iki ana kategori altında sınıflandırılabilir. Hisse senedinin ortaklık payını temsil ettiği şirketin faaliyet alanı, İslam'ın yasakladığı; domuz yetiştiriciliği, alkol üretimi ve satışı, tütün üretimi ve satışı, kumar, faiz tabanlı konvansiyonel finansal faaliyetler, vadeli altın ve gümüş alım-satımı, müstehcen içerik barındıran reklamcılık ve yayıncılık gibi alanlardan birisinin içerisinde olmamalıdır (Ho vd., 2014: 111). Şirketin kendisi bu alanların birinde faaliyet göstermemekle birlikte, iştirakleri ya da bağlı olduğu holding İslam'a aykırı alanlardan birinde faaliyet gösteriyor ise şirket İslami hisse endeksi içerisinde yer alamamaktadır (Alhabshi, 1994: 7). Faaliyet alanına göre endekste bulunmasında sakınca bulunmayan şirketler, bu kez finansal ölçütlerin filtrelemesine tabi tutulur. Finansal ölçütler, ideal olarak şirketlerin hiçbir şekilde konvansiyonel bankaların vadeli hesaplarında mevduat bulundurma, faizli kredi kullanımı gibi işlemlerde bulunmalarını gerektirmektedir. Ancak kuralın bu şekilde işletilmesi halinde geriye çok az şirketin kalacak olması ve bu durumun çeşitlendirme imkânını azaltacağı, dolayısıyla hisse yatırımlarının riskini yükselteceği gibi nedenlerle finansal ölçütler endeks sağlayıcıları tarafından daha esnek bir şekilde uygulanmaktadır (El Khamlichi, Sannajust ve Sarkar, 2014: 70). Finansal ölçütler pratikte, şirketin borç/özsermaye oranı, alacak/özsermaye oranı gibi birtakım finansal oranlarının belirlenen eşik değerlerle karşılaştırılması ve oranları eşik değerlerle uyumlu olan şirketlerin endekste kalması biçiminde işlemektedir (Ho vd., 2014: 111). Bir şirketin bir kez İslami hisse senedi endeksine girmesi, daima endekste kalacağı anlamına gelmemektedir. Endeks sağlayıcıları tarafından endekste yer alan şirketler belirli dönemlerde tekrar gözden geçirilmekte ve ölçütleri karşılamayan şirketler endeksten çıkarılarak yerlerine varsa şartları sağlayan diğer şirketler eklenmektedir. Burada temel özellikleri belirtilen endeks kriterleri, her ne kadar benzerlik gösterebilir de her endeks sağlayıcı tarafından Şer'i danışma kurullarının verdikleri tavsiyeler doğrultusunda farklı şekillerde uygulanmaktadır.

## 1.2. Finansal Piyasalar Arasındaki Bilgi Yayılımı – Volatilite Yayılımı Etkisi

Küreselleşme ve iletişim kanallarının hızlı gelişimi, finansal piyasalar arasındaki bilgi akışlarının daha hızlı bir şekilde gerçekleşmesine ve bununla birlikte yatırımcıların farklı ülke piyasalarına yatırım yapabilmelerinin kolaylaşmasına olanak sağlamıştır. Bir ülkeye ait menkul kıymetlerin, özellikle de hisse senetlerinin birlikte hareket etme eğilimine sahip olduğu bilinmektedir. Çünkü aynı piyasada işlem gören hisse senetleri, benzer piyasa riskini bünyelerinde barındırmaktadır. Yapılan çalışmalar, uluslararası yatırımlar ile çeşitlendirilmiş portföylerin risklerinin ciddi manada düştüğünü göstermektedir. Bu durumun en önemli sebebi, uluslararası piyasaların aralarındaki ilişkilerinin, yerel piyasalara nazaran daha zayıf olmasıdır. Modern Portföy Teorisinin yerel piyasalar açısından önerdiği, aralarındaki kovaryans-korelasyon ilişkisi zayıf olan hisse senetleri ile portföy oluşturulması ilkesi, uluslararası yatırımlar için de geçerlidir. Aralarındaki ilişkilerin ve bilgi yayımlarının zayıf olduğu piyasalara ait hisse senetleri ile çeşitlendirilmiş uluslararası portföyler, riskin düşürülmesi noktasında önemli avantajlar sağlamaktadır. Bununla birlikte, piyasalar arasındaki entegrasyonun artması, uluslararası piyasaların ilişkilerinin kuvvetlenmesini ve buna bağlı olarak da hisse senetlerinin birlikte hareket eğilimine girmesini beraberinde getirmiştir. Yapılan çalışmalar, özellikle gelişmiş ülke piyasaları ile coğrafi olarak birbirine yakın ülkelerin piyasaları arasında bilgi akışının çok hızlı yaşandığını göstermektedir. Bir ülkede yaşanan bir şok, diğer ülkelerin piyasalarını anlık ya da gecikmeli olarak etkileyebilmektedir. Bu nedenle, portföylerini uluslararası yatırımlarla çeşitlendirmek isteyen yatırımcılar açısından, yatırım yapmak istedikleri farklı ülke piyasalarının birbirlerinden ne denli ayrıştığını bilmeleri büyük önem arz etmektedir (Ceylan ve Korkmaz, 2010: 642; Elton vd., 2014: 264–268).

Hisse senedi piyasaları arasındaki bilgi yayılımı konusunda iki karşıt görüş bulunduğu söylenebilir. Söz konusu karşıt görüşleri, ayrışma hipotezi (decoupling hypothesis) ve finansal bulaşma (financial contagion) kavramları ile açıklamak mümkündür (Kenourgios, Naifar ve Dimitriou, 2016: 37).

### 1.2.1. Ayrışma Hipotezi

Gelişmekte olan özellikle Çin, Hindistan, Rusya ve Brezilya gibi ülkelerin gösterdikleri yüksek büyüme sonrasında, ayrışma hipotezi ekonomik ve finansal literatürde kendisine yer bulmaya başlamıştır (Wyrobek ve Stańczyk, 2013: 25). Ayrışma hipotezi kısaca, piyasaların artık birbirine bağlı olmadığını ve birbirlerinden ayrıştıklarını söylemektedir (Eğilmez, 2009).

Hipotezin temel dayanak noktası, gelişen ülke ekonomilerinin A.B.D., Japonya ve Avrupa ülkeleri gibi gelişmiş ekonomilere nazaran yüksek büyüme rakamlarına erişmesidir. Bu bağlamda salt büyüme rakamları arasındaki ilişkiler de değil, hisse senedi piyasaları, enerji, GSYİH gibi göstergelerin arasındaki ilişkilerde de bir farklılaşma yaşandığı, ayrışma hipotezinin temel savları arasındadır (Bölükbaşı ve Çakmur Yıldız, 2013: 37).

Uluslararası yatırım bağlamının dışında olsa da, İslami hisse senedi piyasalarının da konvansiyonel emsallerinden ne denli ayrıştığı, başka bir ifadeyle ayrışma hipotezinin İslami hisse senedi piyasaları ile konvansiyonel hisse senedi piyasaları arasında da geçerli olup olmadığı konusu, İslami finans literatüründe cevap aranan hususların başında gelmektedir. Her ne kadar içerisinde yer alan hisse senetleri konvansiyonel hisse senedi evreni içerisinde yer alıyorsa da, hisse senetlerinin paylarını temsil ettiği şirketlerin düşük kaldıraç oranları, belirli sektörlerde faaliyet gösterebilmeleri vb. kendilerine has özellikleri sebebiyle, İslami hisse senedi piyasalarının konvansiyonel piyasalardan ayrışabileceği düşünülmektedir. Bu savın geçerli olduğu varsayıldığında, hisse senedi yatırımlarına dini bir perspektiften bakmayan yatırımcıların da çeşitlendirme amacıyla İslami hisse senedi piyasalarına yatırım yapması anlamlı olacaktır. Bu durum ayrıca, özellikle konvansiyonel piyasalarda yaşanan kriz dönemlerinde, İslami hisse senedi piyasalarının güvenli bir liman özelliği göstermelerini beraberinde getirecektir (Shahzad vd., 2017: 11).

### 1.2.2. Finansal Bulaşma

Ayrışma hipotezinin karşısında bulunanlar, ekonomilerin ve finansal piyasaların ayrışmadığını, aksine bilgi yayımlarının çok hızlı bir şekilde yaşandığını savunmaktadır. Özellikle 2008 yılında yaşanan küresel finansal krizin A.B.D.'de başlayarak tüm dünyaya yayılması ve yalnızca gelişmiş piyasaları değil, gelişmekte olan piyasaları da derinden etkilemesi, ayrışma hipotezinin geçerliliğini kaybettiği şeklinde yorumlanmıştır (Köse vd., 2012: 511).

Tıbbi bir terim olan ve TDK'ya göre "bir mikrobu, hastalığın ya da bir bakteri veya virüsün diğer bir canlıya dağılması" anlamına gelen bulaşma kavramı, piyasalarda yaşanan krizlerin etkilerini yalnızca yaşadıkları ülkelerde değil, küresel boyutta da göstermesi sonucunda ekonomi ve finans terminolojisinde de kullanılmaya başlanmıştır. Finansal bulaşma en yalın haliyle, bir piyasada yaşanan şokların, başka piyasaları etkilemesi olarak tanımlanabilir. Finansal bulaşma, genel olarak her ne kadar kötü şokların yayılımı bağlamında kullanılıyor olsa da olumlu gelişmelerin diğer piyasalarda yarattığı etkiler de finansal bulaşmanın kapsamına girmektedir (Budak, 2017: 453).

Finansal bulaşma, birlikte hareket etme (co-movement) ve yayılma etkisi (spillover effect) kavramları ile yakından ilişkilidir. Birlikte hareket eden piyasalardan birinde yaşanan şoklar, diğer piyasaları da etkilemektedir. Bir piyasanın oynaklığının diğer piyasaların oynaklığını etkilemesi ise volatilite yayılma etkisi olarak adlandırılmaktadır. Piyasaların birlikte hareket

edip etmediği, literatürde eşbütünleşme ve nedensellik analizleri ile araştırılmaktadır. Yayılma etkilerinin belirlenmesinde ise çok değişkenli GARCH modeller, DCC-GARCH (Dinamik Koşullu Korelasyon-GARCH) model, tek değişkenli GARCH modellere dayanan koşullu değişen varsyanstaki nedenselliği araştıran varsyansta nedensellik testleri gibi analizler kullanılmaktadır (Kenourgios, Naifar ve Dimitriou, 2016: 37).

## 2. Literatür Özeti

Bu bölümde, dünyada ve Türkiye’de İslami hisse senedi piyasaları ve konvansiyonel hisse senedi piyasaları arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmalar, tarih sırası ile incelenmiştir.

Hakim ve Rashidian (2002), ABD piyasası için İslami hisse senedi endeksi (Dow Jones İslami Piyasa A.B.D. Endeksi) ile konvansiyonel hisse senedi endeksi (Wilshire 5000) ve hazine tahvil faizi arasında eşbütünleşme ilişkisi olup olmadığını inceledikleri çalışmalarında, herhangi bir eşbütünleşme ilişkisi tespit edememişlerdir. Bu bağlamda, İslami hisse senedi endeksinin konvansiyonel endeks ve faiz oranından bağımsız bir şekilde hareket ettiği sonucuna ulaşmışlardır.

Yusof ve Majid (2007), Malezya İslami hisse senedi endeksi ve konvansiyonel hisse senedi endeksi ile para arzı, faiz oranı, döviz kuru, sanayi üretim endeksi gibi makroekonomik değişkenler arasındaki volatilité geçişkenliğini 1992-2000 dönemi için inceledikleri çalışmalarında, faiz oranının oynaklığının konvansiyonel hisse senedi piyasasının oynaklığını etkilediği ancak İslami hisse senedi endeksinin oynaklığını etkilemediği sonucuna ulaşmışlardır.

Albaity ve Ahmad (2008) çalışmalarında, 1999-2005 yılları için Malezya İslami hisse senedi endeksi (KLSI) ile Malezya konvansiyonel hisse senedi endeksinin (KLCI) getiri performansını ve aralarındaki eşbütünleşme ilişkisi ile nedensellik ilişkilerini incelemişlerdir. Eşbütünleşme testi sonuçlarına göre iki endeks birinci mertebeden eşbütünleşik bulunmuştur. Bu durum aralarında uzun dönemli bir ilişki olduğunu göstermektedir. Granger nedensellik testi sonuçlarına göre de iki endeks arasında karşılıklı bir nedensellik ilişkisi vardır. Dolayısıyla kısa vadede iki endeksin fiyatları aynı yönlü hareket etmektedir.

Hassan ve Girard (2010) çalışmalarında, Dow Jones İslami Piyasa Gelişmiş Ülkeler Endeksi, Dow Jones İslami Piyasa Gelişmekte Olan Ülkeler Endeksi, Dow Jones İslami Piyasa A.B.D. Endeksi, Dow Jones İslami Piyasa Avrupa Endeksi, Dow Jones İslami Piyasa Asya-Pasifik Endeksi, Dow Jones İslami Piyasa Kanada Endeksi ve Dow Jones İslami Piyasa İngiltere Endeksi ile bu endekslere karşılık gelen konvansiyonel hisse senedi endekslerinin 1996-2006 yılları için performanslarını kıyaslamış ve İslami hisse senedi endekslerinin çeşitlendirme avantajına sahip olup olmadıklarını incelemişlerdir. Eşbütünleşme testi sonucuna göre ise her ne kadar alt dönemler için eşbütünleşme ilişkisi bulunsa da genel örneklem dönemi için eşbütünleşme bulunamamıştır. Dolayısıyla İslami hisse senedi endekslerinin çeşitlendirme avantajına sahip olduğu belirlenmiştir.

Karim, Kassim ve Arip (2010), 2006-2008 dönemi için Dow Jones tarafından Malezya, Endonezya, ABD, İngiltere ve Japonya için oluşturulan İslami hisse senedi endekslerinin arasındaki eşbütünleşme ilişkisini inceledikleri çalışmalarında, araştırmaya konu ülkelerdeki İslami hisse senedi endekslerinin hiçbiri arasında bir eşbütünleşme ilişkisi, başka bir ifadeyle uzun dönemli ilişki saptayamamışlardır.

Yusof, Bahlous ve Kassim (2010) çalışmalarında, 2006-2009 dönemi için FTSE tarafından oluşturulmuş olan küresel, ABD, İngiltere ve Japonya ölçeğinde etik yatırım endeksleri ile bu endekslere karşılık gelen Dow Jones’un oluşturduğu İslami hisse senedi endeksleri arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkileri incelemişlerdir. Kısa dönemli ilişkilerin varyans ayrıştırması ve etki-tepki analizleriyle, uzun dönemli ilişkilerin ise ARDL modeli ile ölçüldüğü çalışmada, endeksler arasında gerek kısa gerekse uzun dönemli bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Majid ve Kassim (2010), 1999-2006 dönemi için Malezya, Endonezya, Japonya, İngiltere ve A.B.D. İslami hisse senedi piyasaları arasındaki entegrasyon ilişkilerini ARDL modeli ile inceledikleri çalışmalarında, gelişmekte olan ülke piyasalarından Malezya ve Endonezya İslami hisse senedi piyasalarının birlikte hareket ettiği, gelişmiş ülke piyasalarından ise Japonya, İngiltere ve A.B.D. piyasalarının birlikte hareket ettiği sonucuna ulaşmışlardır.

Mohd ve Nawawi (2011) çalışmalarında, MSCI tarafından Amerika ve Asya kıtasındaki 16 ülke için oluşturulan İslami hisse senedi endekslerinin aralarında nedensellik ilişkisi olup olmadığı incelemişlerdir. Çalışmada, söz konusu endekslerin %76’sında nedensellik ilişkisi bulunmuş, %24’ünde ise bir nedensellik ilişkisine rastlanmamıştır.

Dharani (2012) çalışmasında, 2007-2011 yılları için Hindistan İslami (S&P CNX Nifty İslami Endeksi) ve konvansiyonel (S&P CNX Nifty Endeksi) hisse senedi endekslerinin performansını kıyaslamış, kısa uzun dönem ilişkilerini belirlemeye çalışmış ve volatilitelerini tahmin etmiştir. Engle-Granger eşbütünleşme testi sonuçlarına göre endeksler arasında uzun dönemli bir ilişkiye rastlanmazken, Granger nedensellik testi sonuçları kısa dönemli bir ilişkinin varlığını ortaya koymuştur.

Albaity ve Mudor (2012) çalışmalarında, 2007-2011 dönemi itibarıyla Dow Jones'un ABD için oluşturduğu İslami (Dow Jones İslami Piyasa A.B.D. Endeksi) ve konvansiyonel (Dow Jones Borsası Endüstri Endeksi) hisse senedi endeksi ile Malezya İslami (FTSE Borsa Malezya Hijrah İslami Endeksi) ve konvansiyonel (FTSE Borsa Malezya KLCI Endeksi) hisse senedi endekslerini performans ve kısa-uzun dönemli ilişkiler açısından incelemişlerdir. Uzun dönemli ilişkileri belirlemek amacıyla yapılan eşbütünleşme testi sonucunda İslami hisse senedi endeksleri eşbütünleşik bulunurken, konvansiyonel hisse senedi endeksleri arasında bir eşbütünleşme ilişkisine rastlanmamıştır. Kısa dönemli ilişkiler bağlamında yapılan nedensellik testi sonuçlarına göre ise ABD İslami hisse senedi endeksinden Malezya İslami hisse senedi endeksine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Konvansiyonel hisse senedi endeksleri açısından ise kriz döneminde karşılıklı nedensellik ilişkisi bulunurken, diğer dönemlerde İslami endekslerde olduğu gibi ABD'den Malezya'ya doğru bir nedensellik ilişkisi mevcuttur.

Haq ve Rao (2013) Hindistan hisse senedi piyasası için oluşturulan İslami (Bombay Borsası İslami 50 Endeksi) ve konvansiyonel (SENSEX Endeksi) hisse senedi endekslerinin arasındaki eşbütünleşme ilişkisini 2008-2012 yılları için inceledikleri çalışmalarında, endekslerin eşbütünleşik oldukları, dolayısıyla aralarında uzun dönemli bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Hussin ve diğerleri (2013), Malezya ve Endonezya İslami hisse senedi endeksleri ile Dow Jones İslami Piyasa Dünya Endeksi arasındaki eşbütünleşme ve nedensellik ilişkilerini VAR modeli ve Granger nedensellik testi ile inceledikleri çalışmalarında, endeksler arasında bir eşbütünleşme ilişkisinin varlığını tespit edememiştir. Granger nedenselliği bağlamında bakıldığında ise Malezya İslami hisse senedi endeksinin, Endonezya İslami hisse senedi endeksi ve Dow Jones İslami Piyasa Dünya Endeksinin Granger nedeni olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kassim (2013) çalışmasında, 2005-2010 dönemini kriz öncesi ve kriz dönemi olarak iki alt döneme ayırmış ve Endonezya, Kuveyt, Malezya, Türkiye, ABD, İngiltere, Japonya için Dow Jones tarafından oluşturulan İslami endekslerin konvansiyonel endekslerle entegrasyon ilişkisini ARDL sınır testi çerçevesinde incelemiştir. Çalışma sonucunda, İslami ve konvansiyonel hisse senedi endeksleri arasında kriz öncesi dönemde uzun dönemli bir ilişkiye rastlanmazken, kriz döneminde entegrasyonun arttığı ortaya konulmuştur.

Habib ve Islam (2014) çalışmalarında, S&P tarafından Hindistan için oluşturulan İslami (S&P BSE 500 İslami Endeksi) ve konvansiyonel (S&P BSE 500 Endeksi) hisse senedi endekslerini 2009-2014 dönemi verileri üzerinden performans ve uzun dönemli ilişkiler açısından incelenmişlerdir. Yapılan eşbütünleşme testi ile iki endeksin uzun dönemli bir ilişki sergiledikleri ortaya konulmuştur.

Karim, Datip ve Shukri (2014) çalışmalarında, 2000-2011 yılları için Dow Jones'un Malezya için oluşturduğu İslami hisse senedi endeksi ile konvansiyonel hisse senedi endeksinin (FTSE Borsa Malezya KLCI Endeksi) performanslarını karşılaştırmış ve aralarında kısa dönemli ilişki olup olmadığını incelemişlerdir. Granger nedensellik testi sonuçlarına göre ise endeksler arasında karşılıklı nedensellik ilişkisine rastlanmıştır.

Ajmi ve diğerleri (2014), Dow Jones Dünya İslami piyasalar endeksi ile S&P tarafından ABD, Avrupa ve Asya için oluşturulan konvansiyonel hisse senedi endeksleri arasında 1999-2010 yılları için nedensellik ilişkisinin varlığını araştırdıkları çalışmalarında, İslami endeksten diğer endekslere doğru bir nedensellik ilişkisinin varlığını ortaya koymuşlardır.

Dewandaru ve diğerleri (2014) çalışmalarında, 1996-2012 yılları için Dow Jones tarafından oluşturulan Asya-Pasifik ve Avro bölgesi İslami ve konvansiyonel hisse senedi endeksleri ile A.B.D. ve İngiltere İslami ve konvansiyonel hisse senedi endeksleri arasındaki ilişkileri finansal bulaşma bağlamında incelemişlerdir. Çalışma sonucunda, Batıda yer alan İslami hisse senedi endekslerinin, bu bölgeye ait konvansiyonel hisse senedi endekslerinde yaşanan şoklardan ziyade, farklı coğrafyalarda yaşanan şoklardan daha çok etkilendiği, Asya'da yer alan İslami hisse senedi endekslerinin ise kendi bölgelerinde yaşanan şoklardan daha çok etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Abbes ve Trichilli (2015), farklı coğrafyalardan 27 ülkeye ait MSCI tarafından oluşturulmuş İslami hisse senedi endekslerinin arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkileri 2002-2012 dönemi için eşbütünleşme ve nedensellik testleriyle inceledikleri çalışmalarında, piyasaların büyük çoğunluğunda uzun dönemli ilişkilerin bulunmadığı, bazı piyasalar arasında ise kısa dönemli ilişkilerin olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Avcı ve Al-Agha (2015), İslami hisse senedi piyasaları ile konvansiyonel hisse senedi piyasalarının uzun ve kısa dönemli ilişkilerini inceledikleri çalışmalarında, 2000-2014 yılları arasında ABD (Dow Jones İslami Piyasa A.B.D. Endeksi, S&P 500 Bileşik Endeksi), İngiltere (Dow Jones İslami Piyasa İngiltere Endeksi, FTSE 100 Endeksi), Kanada (Dow Jones İslami Piyasa Kanada Endeksi, S&P/TSX Bileşik Endeksi), Japonya (Dow Jones İslami Piyasa Japonya Endeksi, Nikkei 225 Endeksi) ve Endonezya'daki (Cakarta İslami Endeksi, Cakarta Bileşik Endeksi) İslami ve konvansiyonel hisse senedi endekslerine ait aylık verileri kullanmışlardır. Çalışmada, uzun dönemde söz konusu endeksler arasında bir ilişki

bulunamamıştır. Kısa vadede ise İslami ve konvansiyonel hisse senedi piyasalarının birlikte hareket ettikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Majdoub, Mansour ve Jouini (2016) çalışmalarında, 2008-2013 döneminde Fransa, Endonezya, ABD ve İngiltere için MSCI tarafından oluşturulan İslami ve konvansiyonel hisse senedi endekslerinin aralarındaki uzun dönemli ilişkileri ve korelasyon ilişkilerini incelemişlerdir. Eşbütünleşme testi sonuçlarına göre İngiltere hariç diğer tüm ülkelerde İslami ve konvansiyonel hisse senedi endekslerinin uzun dönemde birlikte hareket ettiği sonucu ulaşılmıştır. Korelasyon açısından ise tüm ülkelerin İslami ve konvansiyonel hisse senedi endekslerinin yüksek korelasyona sahip olduğu saptanmış, ayrıca ülkeler arasında yapılan analiz sonuçlarına göre hem İslami hem de hisse senedi konvansiyonel endekslerinin yüksek korelasyon ilişkisine sahip olduğu görülmüştür.

Kenourgios, Naifar ve Dimitriou (2016) çalışmalarında, küresel finansal krizin İslami hisse senedi piyasaları üzerinde bulaşma etkisi gösterip göstermediğini incelemişlerdir. Örneklem olarak 2007-2015 yılları arasında gelişmiş ve gelişmekte olan pek çok ülkeye ait İslami hisse senedi endeksini alan çalışmada, DCC-GARCH yöntemi kullanılmıştır. İslami hisse senedi piyasalarının konvansiyonel hisse senedi piyasalarından ayrıştığı ve krizden daha az etkilendikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Jebran, Chen ve Tauni (2017) çalışmalarında, Pakistan İslami hisse senedi endeksi (Karaçi Mizan Endeksi) ile konvansiyonel hisse senedi endeksinin (Pakistan Borsası 100 Endeksi) kısa ve uzun dönemli ilişkilerini belirlemeyi ve volatilitelerini tahmin etmeyi amaçlamışlardır. Eşbütünleşme testi sonucunda uzun, Vektör Hata Düzeltme Mekanizması (VECM) modeli ile de kısa dönemli ilişkilerin varlığı saptanmıştır. GARCH ve EGARCH modeller sonucunda ise iki endeks arasında karşılıklı volatilitite yayılma etkisi bulunduğu ortaya konulmuştur.

Abu-Alkheil ve diğerleri (2017), 2002-2014 yılları için küresel ve ülkesel çapta 32 İslami hisse senedi endeksi ve bu endekslere karşılık gelen konvansiyonel hisse senedi endeksleri arasındaki eşbütünleşme ilişkilerini inceledikleri çalışmalarında, Pakistan hariç diğer tüm endeks çiftleri arasında eşbütünleşme ilişkisi olmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Ülev (2016) çalışmasında, Bist 100 Endeksi, Katılım 30 Endeksi ve faiz oranı arasındaki performans ve nedensellik ilişkisini incelemiştir. 2011-2016 yılları arasını kapsayan çalışmada Sharpe ve Treynor oranı ölçütlerine göre Katılım 30 Endeksi endeksinin Bist 100 Endeksi'nden daha iyi performans gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Nedensellik bağlamında ise Katılım 30 Endeksi ile faiz oranı arasında bir nedensellik ilişkisi bulunamazken, Bist 100 Endeksi ile faiz oranı arasında nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ülev ve Özdemir (2015), aynı endeksler için bu kez 2011-2014 dönemi için Toda-Yamamoto nedensellik testi uyguladıkları çalışmalarında Ülev (2016) ile benzer sonuçlara ulaşmışlardır.

Toraman ve diğerleri (2016), 2012-2015 yılları için İT ülkelerine ait İslami hisse senedi endeksleri ile A.B.D., Avrupa ve Asya'ya ait bölgesel konvansiyonel hisse senedi endeksleri arasındaki bilgi yayılımlarını dinamik nedensellik testi ile araştırdıkları çalışmalarında, söz konusu konvansiyonel hisse senedi endekslerinden İslami hisse senedi endekslerine yönelik bilgi yayılımlarının varlığını tespit etmişlerdir.

Buğan ve Çevik (2016) çalışmalarında, 2002-2016 yılları için DJ İslami Piyasa Küresel Endeksi ile on dokuz gelişmekte olan ülkeye ait MSCI tarafından oluşturulmuş konvansiyonel hisse senedi endeksleri arasındaki nedensellik ilişkilerini incelemişlerdir. Çalışma sonucunda, Arjantin dışında tüm gelişmekte olan hisse senedi piyasaları ile İslami endeks arasında en az bir yönde nedensellik ilişkisi olduğu saptanmıştır.

Beşel ve Özdemir (2016), 2011-2016 dönemi için Katılım 30 Endeksi, BIST 100 Endeksi ve faiz oranı arasındaki nedensellik ilişkilerini Hacker ve Hatemi-J (2006) nedensellik testi ve Hatemi-J (2012) asimetric nedensellik testi ile inceledikleri çalışmalarında, Hacker ve Hatemi-J nedensellik testi sonuçlarına göre değişkenler arasında bir nedensellik ilişkisinin varlığını tespit edememişlerdir. Hatemi-J asimetric nedensellik testi sonuçlarına göre ise tüm değişkenler arasında negatif şoklar açısından bir nedensellik ilişkisi olduğu, pozitif şoklar açısından ise faiz oranından Katılım 30 Endeksi'ne yönelik bir nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Çevik, Erdoğan ve Buğan (2017), 2002-2017 yılları için Dow Jones Global İslami Hisse Senedi Endeksi ile Almanya, Fransa ve İngiltere hisse senedi endeksleri arasındaki nedensellik ilişkilerini Toda-Yamamoto nedensellik testi ve Hatemi-J asimetric nedensellik testini kullanarak inceledikleri çalışmalarında, Toda-Yamamoto nedensellik testine göre bir nedensellik ilişkisinin varlığını tespit edememişlerdir. Asimetric nedensellik testine göre ise global endeksteki negatif şokların Almanya İslami hisse senedi endeksindeki negatif şokların Granger nedeni olduğu, Fransa İslami hisse senedi endeksindeki negatif şokların da Global endeksteki negatif şokların Granger nedeni olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kamışlı, Kamışlı ve Temizel (2017) çalışmalarında, 2007-2017 dönemi için Asya-Pasifik, Avrupa, Kuzey Amerika, Latin Amerika ve MENA bölgesel İslami hisse senedi endeksleri arasındaki ilişkileri asimetric nedensellik testi ile belirlemeye çalışmışlardır. Çalışmada, tüm hisse endeksleri arasında karşılıklı nedensellik ilişkilerinin varlığı tespit edilmiştir.

Literatür taraması ve araştırmanın amacı doğrultusunda şu hipotezler test edilecektir;

H1: Türkiye İslami hisse senedi endeksi ile konvansiyonel hisse senedi endeksi arasında bilgi yayılımı ve volatilitte yayılımı etkisi yoktur.

H2: A.B.D. İslami hisse senedi endeksi ile konvansiyonel hisse senedi endeksi arasında bilgi yayılımı ve volatilitte yayılımı etkisi yoktur.

H3: İngiltere İslami hisse senedi endeksi ile konvansiyonel hisse senedi endeksi arasında bilgi yayılımı ve volatilitte yayılımı etkisi yoktur.

H4: Malezya İslami hisse senedi endeksi ile konvansiyonel hisse senedi endeksi arasında bilgi yayılımı ve volatilitte yayılımı etkisi yoktur.

H5: Türkiye, A.B.D., İngiltere ve Malezya İslami hisse senedi endeksleri arasında bilgi yayılımı ve volatilitte yayılımı etkisi yoktur.

### 3. Yöntem

#### 3.1. Araştırma Modeli

Araştırma kapsamında incelenen İslami ve konvansiyonel hisse senedi endekslerinin aralarındaki ilişkiler (birlikte hareket etme ve volatilitte yayılma etkileri), Hong (2001) tarafından geliştirilen varyansta nedensellik testi ile araştırılmıştır. Literatürde, piyasalar arasındaki nedensellik ilişkilerini inceleyen çalışmaların pek çoğunda geleneksel Granger nedensellik testi kullanılmaktadır. Ancak Granger nedensellik testinin birtakım dezavantajları bulunmaktadır. Bunların başında, testte kullanılan gecikme uzunluğunun belirlenmesi gelmektedir. Granger nedensellik testi, VAR (Vektör Otoregresif) modelin hesaplanmasında kullanılan gecikme sayısına oldukça duyarlıdır. Başka bir ifadeyle farklı gecikme sayıları belirlendiğinde, test farklı sonuçlar verebilmektedir. Testin bir diğer dezavantajı, birtakım varsayımlara dayanıyor olmasıdır. Söz konusu varsayımlar hata terimlerinin normal dağılımlı olması, sabit varyanslı (homoscedasticity) olması ve durağanlık varsayımlarıdır. Ancak özellikle finansal getiri serilerinin normal dağılım göstermediği ve koşullu değişen varyans etkisi içerdiği yapılan birçok çalışmada görülmektedir (Derindere Köseoğlu ve Çevik, 2013: 69). Ek olarak Granger nedensellik testi yalnızca, iki değişkenin ortalamaları arasındaki nedensellik ilişkisi hakkında bilgi vermektedir. Ancak volatilitte yayılma etkilerinin varlığının tespit edilebilmesi için değişkenlerin varyanslarındaki nedensellik ilişkilerinin de belirlenmesi gerekmektedir. Zira aralarındaki korelasyon ilişkileri düşük olan ya da ortalamalarında nedensellik bulunmayan finansal piyasalar arasında da volatilitte geçişleri olduğu bilinmektedir (Korkmaz vd., 2011: 1675).

Yukarıda bahsedilen nedenlerden ötürü araştırmada, Cheung ve Ng (1996) tarafından geliştirilen ve Hong (2001) tarafından modifiye edilen iki aşamalı varyansta nedensellik testi kullanılmıştır. Söz konusu test, GARCH tipi modellerden elde edilen standardize hatalar ve standardize hataların karelerinden oluşturulan çapraz korelasyon fonksiyonuna (Cross-Correlation Function-CCF) dayanmaktadır. Test istatistiğinin matematiksel ifadesi şu şekildedir (Derindere Köseoğlu ve Çevik, 2013: 71);

$$S = T \sum_{j=1}^M \hat{\rho}_{uv}^2(j) \quad (1)$$

Denklem 1'de yer alan  $\hat{\rho}_{uv}^2(j)$  ifadesinin açılımı şu şekildedir;

$$\hat{\rho}_{uv}^2(j) = \{ \hat{C}_{uu}(0) \hat{C}_{vv}(0) \}^{-1/2} \hat{C}_{uv}(j) \quad (2)$$

Burada yer alan ifadelerin açılımları ise şu şekildedir;

$$\hat{C}_{uu}(0) = T^{-1} \sum_{t=1}^T \hat{u}_t^2, \quad (3)$$

$$\hat{C}_{vv}(0) = T^{-1} \sum_{t=1}^T \hat{v}_t^2, \quad (4)$$

$$\hat{C}_{uv}(j) = \begin{cases} T^{-1} \sum_{t=j+1}^T \hat{u}_t \hat{v}_{t-j}, & j \geq 0 \\ T^{-1} \sum_{t=j+1}^T \hat{u}_{t+j} \hat{v}_t, & j < 0 \end{cases} \quad (5)$$

Formüllerde yer alan  $\hat{u}_t$  ve  $\hat{v}_t$  ifadeleri, GARCH tipi modellerden elde edilen standardize hataları,  $\hat{u}_t^2$  ve  $\hat{v}_t^2$  ifadeleri ise standardize hataların karelerini göstermektedir. Standardize hatalar ortalamada nedenselliğin test edilmesinde kullanılırken, standardize hataların kareleri varyansta nedensellik ilişkisinin test edilmesinde kullanılmaktadır. S istatistiği asimptotik ki-kare dağılımı göstermekte ve testin sıfır hipotezi "ortalamada nedensellik yoktur" ve "varyansta nedensellik yoktur" şeklinde kurulmaktadır (Korkmaz vd., 2011: 1676).

Cheung ve Ng (1996) tarafından formüle edilen S istatistiği, her bir gecikmeye (M) eşit ağırlık verdiği için yüksek gecikme sayıları kullanıldığında etkin sonuçlar vermediği yönünde eleştirilere uğramıştır. Bu nedenle Hong (2001) çalışmasında Cheung ve Ng test istatistiğinin hesaplanmasında ağırlıklandırmayı değiştirerek modifiye etmiştir. Hong'un geliştirdiği test istatistiğinin matematiksel ifadesi şu şekildedir (Korkmaz vd., 2012: 236);

$$Q_1 = \frac{\sum_{j=1}^{T-1} k^2 \left(\frac{j}{M}\right) \hat{\rho}_{uv}^2(j) - C_{1T}(k)}{\sqrt{2D_{1T}(k)}} \quad (6)$$

Denklem 6'da yer alan "k(j/M)" ağırlık fonksiyonunu göstermektedir ve şu şekilde ifade edilmektedir;

$$k(j/M) = \begin{cases} 1 - \left| \frac{j}{M+1} \right| & \text{eğer } k/(M+1) \leq 1 \\ 0 & \text{diğer durumlarda} \end{cases}, \quad (7)$$

Yine Denklem 6'da yer alan  $C_{1T}(k)$  ve  $D_{1T}(k)$  ifadelerinin açılımı şu şekildedir;

$$C_{1T}(k) = \sum_{j=1}^{T-1} \left(1 - \frac{|j|}{T}\right) k^2 \left(\frac{j}{M}\right), \quad (8)$$

$$D_{1T}(k) = \sum_{j=1}^{T-1} \left(1 - \frac{|j|}{T}\right) \left\{1 - \frac{|j|+1}{T}\right\} k^4 \left(\frac{j}{M}\right), \quad (9)$$

Hong çalışmasında test prosedürünü 4 adımda özetlemiştir. Bu adımlar sırasıyla şu şekildedir (Hong, 2001: 193);

1. Tek değişkenli GARCH (p,q) modeli tahmin edilir ve buradan her iki değişken için standardize hatalar elde edilir.
2. Elde edilen standart hatalar ile  $\hat{\rho}_{uv}(j)$  çapraz korelasyon fonksiyonu hesaplanır.
3. Belirlenen M gecikme sayısı için  $C_{1T}(k)$  ve  $D_{1T}(k)$  fonksiyonları hesaplanır.
4.  $Q_1$  test istatistiği hesaplanır ve hesaplanan test istatistiği sağ kuyruk kritik değeri ile karşılaştırılır.  $Q_1$  istatistiği kritik değerden büyükse, "nedensellik yoktur" şeklinde kurulan sıfır hipotezi reddedilir.

### 3.2. Veri Seti

Araştırmada Türkiye, A.B.D., İngiltere ve Malezya konvansiyonel hisse senedi endeksleri için sırasıyla için Borsa İstanbul 100 Endeksi (BIST100), Dow Jones Endüstri Ortalama Endeksi (DJIND), Financial Times Hisse Senedi 100 Endeksi (FTSE100), FTSE Malezya Borsası KLCI Endeksi (KLCI), İslami hisse senedi endeksleri için ise Katılım 30 Endeksi (KAT30), Dow Jones İslami Piyasa A.B.D. Endeksi (DJISUS), Morgan Stanley Capital International İngiltere İslami Endeksi (MSCIUKIS), FTSE Malezya Borsası Hijrah Şer'i Endeksi'nin (HIJRAH) günlük kapanış fiyatları kullanılmıştır. Örneklem dönemi tüm endeksler için 06.01.2011 ile 28.02.2018 tarihleri arası olarak belirlenmiştir. Araştırmada kullanılan tüm veriler, Thomson Reuters Datastream veri tabanından elde edilmiştir. Araştırmada Türkiye ve bahsi geçen ülkelerin hisse senedi piyasalarının incelenmesinin nedeni, A.B.D.'nin işlem hacmi ve piyasa değeri açısından dünyanın en gelişmiş hisse senedi piyasalarına sahip olması, İngiltere'nin nüfusunun çoğunluğu Müslüman olmayan bir ülke olmasına karşın İslami finans uygulamalarında öncü ülkelerden birisi olması ve Malezya'nın İslami finansa uygulama ve ürün çeşitliliği bağlamında en önde gelen ülkelerden birisi olmasıdır.

Volatilitelerin tahmin edilmesinde, endekslerin günlük kapanış değerleri üzerinden hesaplanan günlük getiri serileri kullanılmıştır. Getiri serileri şu formül vasıtasıyla hesaplanmıştır;

$$R_{i,t} = \ln \left[ \frac{P_{i,t}}{P_{i,t-1}} \right] \quad (10)$$

Burada;

$R_{i,t}$ , t gününde i endeksinin getirisini,

$P_{i,t}$ , t gününde i endeksinin kapanış fiyatını,

$P_{i,t-1}$ , ise t-1 gününde i endeksinin kapanış fiyatını ifade etmektedir.

### 3.3. Kısıtlar

Araştırmada kullanılan veri setinin başlangıcı 06.01.2011 tarihidir. Başlangıç olarak bu tarihin belirlenmesinin nedeni, araştırma kapsamında Türkiye İslami hisse senedi piyasasını temsil eden Katılım 30 Endeksinin, bu tarihten itibaren yayınlanmaya başlanmış olmasıdır. Tutarlı bir karşılaştırma yapılabilmesi adına, diğer endekslere ait veriler de bu tarih itibarıyla kullanılmıştır. Araştırmanın örneklem dönemi içerisinde, yerel ve küresel çapta bir ekonomik kriz yaşanmamıştır. Araştırmanın, Türkiye için farklı endeks sağlayıcılarının oluşturduğu İslami hisse senedi endeksleri yapılması ve bu sayede örneklem döneminin kriz dönemlerini de kapsayacak şekilde daha eski bir tarihten başlatılması halinde farklı sonuçlara



ulaşılabilir. Yine veri setinde yer alan tüm endekslerin yerine farklı endeks sağlayıcıları tarafından oluşturulmuş alternatif endekslerin kullanılması mümkündür.

#### 4. Bulgular

Araştırma kapsamında incelenen İslami ve konvansiyonel hisse senetlerine ait tanımlayıcı istatistiklere Tablo 1’de yer verilmiştir.

**Tablo 1. Getiri Serilerine Ait Tanımlayıcı İstatistikler**

Ülke	Türkiye		A.B.D.		İngiltere		Malezya	
	BIST10	KAT30	DJIND	DJISUS	FTSE100	MSCIUKIS	KLCI	HIJRAH
<b>Gözlem S.</b>	1802	1802	1797	1797	1806	1806	1753	1753
<b>Ortalama</b>	0,000300	0,000405	0,000423	0,000409	0,000102	0,000071	0,000096	0,000179
<b>Std. Sapma</b>	0,014072	0,011840	0,008575	0,009250	0,009424	0,010120	0,005625	0,005751
<b>Çarpıklık</b>	-0,5856	-0,8250	-0,5928	-0,5143	-0,2242	-0,1869	-0,2882	-0,1186
<b>Basıklık</b>	7,2764	10,072	7,7509	7,6484	5,5379	5,2295	5,9281	6,1823
<b>J-B Testi</b>	1476,106*	3959,952*	1795,256*	1697,086*	499,796*	384,576*	650,513*	743,825*
<b>ARCH-LM(5)</b>	15,58226*	27,06271*	85,70321*	81,67531*	61,01274*	51,41943*	33,20667*	24,18936*
<b>Q(42)</b>	33,407	28,212	38,976	42,670	28,357	25,092	33,768	19,468
<b>Q<sub>s</sub>(42)</b>	237,84	247,36	1269,5	1441,5	1529,7	1279,9	703,28	593,23
<b>ADF İst.</b>	-23,1723*	-23,3229*	-21,3949*	-9,3939*	-23,4124*	-22,3873*	-23,9537*	-23,4948*
<b>PP İst.</b>	-43,6934*	-43,2277*	-44,5373*	-44,2484*	-41,7790*	-40,7459*	-38,3448*	-38,2220*

Not: Tablo 1’de yer alan \* işareti, Jarque-Bera (J-B) normallik testi için %1 önem düzeyinde “seri normal dağılımlıdır” sıfır hipotezinin reddedildiğini, ARCH-LM testi için %1 önem düzeyinde “hata terimlerinde ARCH etkisi yoktur” sıfır hipotezinin reddedildiğini, ADF ve PP birim kök testleri için %1 önem düzeyinde “seriler birim kök içermektedir” sıfır hipotezinin reddedildiğini göstermektedir. Q(.) ve Q<sub>s</sub>(.) hata terimleri ve hata terimlerinin kareleri için Ljung-Box otokorelasyon testini ifade etmektedir.

Tablo 1’de, örneklem dönemi içerisinde tüm endekslerin pozitif ortalama getiri sağladığı görülmektedir. Tüm endeksler arasında en yüksek ortalama getiri sağlayan endeks, DJIND’dir. En düşük ortalama getiri ise MSCIUKIS’e aittir. Türkiye ve Malezya İslami hisse senedi endeksleri konvansiyonel endekslerden daha yüksek ortalama getiri sağlarken, A.B.D. ve İngiltere’de durum tersidir. Riskin bir ölçüsü olan standart sapma değeri en yüksek olan endeks BIST100, en düşük standart sapma değerine sahip endeks ise KLCI endeksidir. İslami hisse senedi endekslerinden yalnızca Türkiye İslami hisse senedi endeksi KAT30’un standart sapması, karşılık gelen konvansiyonel endeksten düşüktür. Diğer tüm ülkelerde konvansiyonel hisse senedi endekslerinin standart sapması, İslami hisse senedi endekslerinden düşüktür. Jarque-Bera testi sonuçlarına göre endeks getiri serilerinin hiçbiri normal dağılım göstermemektedir. Basıklık değerlerinin tüm getiri serileri için 3’ten büyük olması, dağılımların kalın kuyruklu olduğu anlamına gelmektedir. Çarpıklık değerlerinin negatif olması ise tüm getiri serilerinin sola çarpık olduğunu göstermektedir. Hem ADF hem de PP birim kök testlerinin sonuçlarına göre, tüm seriler düzey değerlerde durağandır. 5 gecikme için hesaplanan ARCH-LM testi F istatistikleri ve olasılık değerlerine göre, tüm serilerin ortalama denklemlerinden elde edilen hata terimlerinde ARCH etkisinin varlığı saptanmıştır. Dolayısıyla incelenen endekslerin volatiliteleri, GARCH tipi modeller kullanılarak tahmin edilebilir.

Hong (2001) tarafından geliştirilen varyansta nedensellik testinin en büyük avantajı, hem ortalamada hem de varyansta nedenselliğin araştırılmasına imkân vermesidir. Bu sayede endekslerin birlikte hareket edip etmediğinin belirlenebilmesinin yanı sıra, aralarında volatilité yayılımları olup olmadığı da tespit edilebilmektedir. Bu aşamada öncelikle her bir ülkenin konvansiyonel hisse senedi endeksi ile İslami hisse senedi endeksi arasındaki ortalama ve varyansta nedensellik ilişkileri incelenmiştir. Daha sonra farklı ülkelere ait İslami hisse senedi endeksleri arasındaki ortalama ve varyansta nedensellik ilişkileri ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Analiz yapılırken ilk olarak endeksler arasında karşılıklı eşanlı nedensellik ilişkisi olup olmadığına bakılmış, daha sonra beş güne kadar gecikmeler için tek yönlü nedensellik testleri uygulanmıştır. Hem ortalama hem de varyansta nedensellik testleri için sıfır hipotez “nedensellik yoktur” şeklinde kurulmaktadır. Dolayısıyla nedensellik ilişkisinin varlığına hükmedebilmek için sıfır hipotezin reddedilmesi gerekmektedir.

**Tablo 2. İslami ve Konvansiyonel Hisse Senedi Endeksleri İçin Hong Ortalamada Nedensellik Testi Sonuçları**

Ülke	Nedensellik Yönü	Eşanlı Nedensellik	M=1	M=2	M=3	M=4	M=5
Türkiye	BIST100 → KAT30	943,493 [0,000]	-0,599 [0,726]	0,610 [0,729]	0,594 [0,724]	0,604 [0,727]	0,648 [0,741]
	KAT30 → BIST100		0,724 [0,235]	0,591 [0,277]	0,523 [0,301]	0,484 [0,314]	0,427 [0,335]
A.B.D.	DJIND → DJISUS	1081,444 [0,000]	-0,703 [0,759]	-0,851 [0,803]	-0,893 [0,814]	-0,908 [0,818]	-0,891 [0,814]
	DJISUS → DJIND		-0,328 [0,628]	-0,478 [0,684]	-0,622 [0,733]	-0,753 [0,774]	-0,825 [0,795]
İngiltere	FTSE100 → MSCIUKIS	1112,927 [0,000]	-0,697 [0,757]	-0,808 [0,790]	-0,924 [0,822]	-0,975 [0,835]	-0,989 [0,839]
	MSCIUKIS → FTSE100		1,363 [0,086]	1,222 [0,111]	1,077 [0,141]	0,934 [0,175]	0,781 [0,217]
Malezya	KLCI → HIJRAH	998,533 [0,000]	1,764 [0,039]	1,623 [0,052]	1,385 [0,083]	1,167 [0,122]	0,998 [0,159]
	HIJRAH → KLCI		-0,395 [0,653]	0,559 [0,288]	1,224 [0,110]	1,514 [0,065]	1,604 [0,054]

Not: Tablo 2, Tablo 3, Tablo 4 ve Tablo 5'te yer alan köşeli parantez içerisindeki değerler ilgili Hong Q test istatistiğinin olasılık değerlerini, M ise gecikme sayısını ifade etmektedir.

Tablo 2'de her bir ülkenin konvansiyonel ve İslami hisse senedi endeksleri arasındaki Hong ortalamada nedensellik testi sonuçları yer almaktadır. Öncelikle endeksler arasındaki karşılıklı eşanlı nedensellik ilişkileri incelendiğinde, tüm endeksler için %1 önem düzeyinde eşanlı bir nedensellik ilişkisi olduğu görülmektedir. Başka bir ifadeyle, endekslerde gün içerisinde yaşanan fiyat hareketleri, birbirlerini aynı gün içerisinde etkilemektedir. Tek yönlü ortalamada nedensellik ilişkileri incelendiğinde ise Türkiye için elde edilen sonuçlara bakıldığında, konvansiyonel hisse senedi endeksi BIST100'den İslami hisse senedi endeksi KAT30 yönelik bir nedensellik ilişkisi tespit edilemediği gibi, KAT30'dan BIST100 yönelik de bir nedensellik ilişkisine rastlanamamıştır. Aynı durum A.B.D. konvansiyonel ve İslami hisse senedi endeksleri için de geçerlidir. Hem DJIND endeksinden DJISUS endeksine yönelik hem de DJISUS endeksinden DJIND endeksine yönelik ortalamada nedensellik ilişkisi yoktur. İngiltere endeksleri için de benzer bir durum söz konusudur. Konvansiyonel hisse senedi endeksi FTSE100'den İslami hisse senedi endeksi MSCIUKIS'e yönelik hiçbir gecikmede nedensellik ilişkisine rastlanmazken, MSCIUKIS'den FTSE100'e yönelik olarak 1. gecikmede %10 önem düzeyinde nedensellik görülürken diğer gecikmelerde nedensellik ilişkisi görülmemektedir. Malezya'ya bakıldığında ise Malezya konvansiyonel hisse senedi endeksi KLCI'den İslami endeks HIJRAH'a yönelik 1. gecikmede %5, 2. ve 3. gecikmelerde %10 önem düzeyinde nedensellik ilişkisinin varlığı saptanmıştır. 1. gecikmede nedensellik olması, KLCI'de yaşanan fiyat hareketliliğinin HIJRAH endeksini bir gün sonra etkilediği anlamına gelmektedir. HIJRAH'dan KLCI'ye yönelik ise bir nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir.

**Tablo 3. İslami ve Konvansiyonel Hisse Senedi Endeksleri İçin Hong Varyansta Nedensellik Testi Sonuçları**

Ülke	Nedensellik Yönü	Eşanlı Nedensellik	M=1	M=2	M=3	M=4	M=5
Türkiye	BIST100 → KAT30	984,070 [0,000]	-0,626 [0,734]	-0,773 [0,780]	-0,559 [0,712]	-0,283 [0,611]	-0,105 [0,542]
	KAT30 → BIST100		-0,156 [0,562]	-0,316 [0,624]	0,239 [0,406]	0,883 [0,188]	1,281 [0,100]
A.B.D.	DJIND → DJISUS	1036,710 [0,000]	-0,410 [0,659]	-0,532 [0,703]	-0,632 [0,736]	-0,710 [0,761]	-0,728 [0,767]
	DJISUS → DJIND		-0,700 [0,758]	-0,358 [0,640]	-0,134 [0,553]	-0,050 [0,520]	-0,040 [0,516]
İngiltere	FTSE100 → MSCIUKIS	1024,475 [0,000]	0,271 [0,393]	0,481 [0,315]	0,723 [0,235]	0,875 [0,191]	0,919 [0,179]
	MSCIUKIS → FTSE100		-0,638 [0,738]	-0,748 [0,773]	-0,861 [0,805]	-0,972 [0,835]	-1,078 [0,859]
Malezya	KLCI → HIJRAH	911,804 [0,000]	4,376 [0,000]	4,078 [0,000]	3,694 [0,000]	3,347 [0,000]	3,032 [0,001]
	HIJRAH → KLCI		-0,552	-0,610	-0,689	-0,774	-0,859

			[0,710]	[0,729]	[0,755]	[0,781]	[0,805]
--	--	--	---------	---------	---------	---------	---------

Tablo 3'te her bir ülkenin konvansiyonel ve İslami hisse senedi endeksleri arasındaki Hong varyansta nedensellik testi sonuçları görülmektedir. Endeksler arasındaki karşılıklı eşanlı nedensellik ilişkileri incelendiğinde, ortalamada nedensellik testinde olduğunda gibi tüm endeksler için %1 önem düzeyinde eşanlı bir nedensellik ilişkisi olduğu görülmektedir. Yani endekslerde gün içerisinde oluşan volatiliteler, birbirlerini aynı gün içerisinde etkilemektedir. Tek yönlü varyansta nedensellik ilişkileri incelendiğinde ise ilk olarak Türkiye için hem BIST100'den KAT30'a, hem de KAT30'da BIST100'e yönelik varyansta nedensellik ilişkisine rastlanmamıştır. A.B.D. ve İngiltere endeksleri için de aynı durum geçerlidir. DJIND'den DJISUS'e, DJISUS'den DJIND'e, FTSE100'den MSCIUKIS'e ve MSCIUKUS'den FTSE100'e doğru bir varyansta nedensellik ilişkisi söz konusu değildir. Malezya için ise durum, ortalamada nedensellik testi ile benzerlik arz etmektedir. KLCI endeksi tüm gecikmelerde %1 önem düzeyinde HIJRAH endeksinin Granger nedeni iken, HIJRAH endeksinden KLCI endeksine doğru bir nedensellik ilişkisi saptanmamıştır. Başka bir deyişle, Malezya konvansiyonel hisse senedi piyasasından İslami hisse senedi piyasasına doğru volatiliteler yayılımı etkileri görülmektedir.

**Tablo 4. İslami ve Konvansiyonel Hisse Senedi Endeksleri İçin Hong Testi Sonuçlarına Ait Özet Bilgiler**

Ülke	Nedensellik Yönü	Nedensellik Türü	Eşanlı Nedensellik	Tek Yönlü Nedensellik
Türkiye	BIST100 → KAT30	Ortalamada	√	-
		Varyansta	√	-
	KAT30 → BIST100	Ortalamada	√	-
		Varyansta	√	-
A.B.D.	DJIND → DJISUS	Ortalamada	√	-
		Varyansta	√	-
	DJISUS → DJIND	Ortalamada	√	-
		Varyansta	√	-
İngiltere	FTSE100 → MSCIUKIS	Ortalamada	√	-
		Varyansta	√	-
	MSCIUKIS → FTSE100	Ortalamada	√	-
		Varyansta	√	-
Malezya	KLCI → HIJRAH	Ortalamada	√	√
		Varyansta	√	√
	HIJRAH → KLCI	Ortalamada	√	-
		Varyansta	√	-

Tablo 4'te İslami ve konvansiyonel hisse senedi endeksleri arasındaki hem ortalamada hem de varyansta nedensellik ilişkilerinin belirlenmesi amacıyla yapılan Hong nedensellik testine ait özet bilgiler yer almaktadır. Konvansiyonel hisse senedi endeksleri ile İslami hisse senedi endeksleri arasındaki nedensellik analizlerinde beklenti, konvansiyonel endekslerden İslami endekslere doğru bir nedensellik ilişkisi olması yönündedir. Başka bir ifadeyle konvansiyonel endeks, İslami endeksin Granger nedeni olmalıdır. Bu beklentinin nedeni, İslami hisse senedi endekslerinde yer alan şirketlerin büyük bir kısmının zaten konvansiyonel hisse senedi endeksi içerisinde yer alıyor olmasıdır. Ancak tabloda da görüldüğü üzere analiz sonuçları göstermektedir ki yalnızca Malezya hisse senedi piyasası hem ortalamada hem de varyansta nedensellik açısından bu beklentiye karşılık gelmektedir. Diğer ülkeler için elde edilen sonuçlar bu beklentinin aksinedir. Bu durum, Türkiye, A.B.D. ve İngiltere'de İslami hisse senedi endekslerinin, karşılık gelen konvansiyonel hisse senedi endekslerinden ayrıştığını, yani birlikte hareket etmediklerini, dolayısıyla yatırımcılara çeşitlendirme avantajı sağladığını göstermektedir. Ayrıca İslami endekslerin, konvansiyonel endekslerde yaşanabilecek olası dalgalanmalara karşı, güvenli bir liman olarak hizmet edebilecekleri anlaşılmaktadır.

**Tablo 5. İslami Hisse Senedi Endeksleri İçin Hong Ortalamada Nedensellik Testi Sonuçları**

Nedensellik Yönü	Eşanlı Nedensellik	M=1	M=2	M=3	M=4	M=5
KAT30 → DJISUS	43,548 [0,000]	-0,508 [0,694]	-0,586 [0,721]	-0,632 [0,736]	-0,615 [0,731]	-0,556 [0,711]
DJISUS → KAT30		0,138 [0,445]	-0,027 [0,511]	0,040 [0,484]	0,150 [0,440]	0,204 [0,419]

KAT30 → MSCIUUKIS	86,985 [0,000]	-0,077 [0,530]	-0,059 [0,523]	-0,022 [0,509]	-0,004 [0,501]	-0,023 [0,509]
MSCIUUKIS → KAT30		-0,327 [0,628]	-0,390 [0,652]	-0,467 [0,680]	-0,561 [0,713]	0,633 [0,737]
KAT30 → HIJRAH	37,167 [0,000]	-0,474 [0,682]	-0,592 [0,723]	-0,723 [0,765]	-0,850 [0,802]	-0,964 [0,832]
HIJRAH → KAT30		-0,345 [0,635]	-0,490 [0,688]	-0,636 [0,738]	-0,744 [0,772]	-0,810 [0,791]
DJISUS → MSCIUUKIS	130,691 [0,000]	-0,706 [0,760]	-0,852 [0,803]	-0,991 [0,839]	-1,079 [0,860]	-1,108 [0,866]
MSCIUUKIS → DJISUS		-0,394 [0,653]	-0,553 [0,710]	-0,687 [0,754]	-0,799 [0,788]	-0,905 [0,817]
DJISUS → HIJRAH	48,357 [0,000]	2,127 [0,017]	2,086 [0,018]	2,197 [0,014]	2,325 [0,010]	2,367 [0,009]
HIJRAH → DJISUS		-0,645 [0,741]	-0,509 [0,695]	-0,461 [0,677]	-0,438 [0,669]	-0,405 [0,657]
MSCIUUKIS → HIJRAH	55,537 [0,000]	0,187 [0,426]	0,273 [0,392]	0,472 [0,318]	0,620 [0,268]	0,664 [0,253]
HIJRAH → MSCIUUKIS		-0,208 [0,583]	-0,346 [0,635]	-0,336 [0,632]	-0,303 [0,619]	-0,313 [0,623]

Tablo 5'te İslami hisse senedi endekslerinin aralarındaki ilişkilerin incelendiği Hong ortalamada nedensellik testi sonuçları yer almaktadır. Öncelikle endeksler arasındaki karşılıklı eşanlı nedensellik ilişkileri incelendiğinde, tüm endeksler için %1 önem düzeyinde eşanlı bir nedensellik ilişkisi olduğu görülmektedir. Başka bir ifadeyle, endeksler gün içerisinde yaşanan fiyat hareketleri, birbirlerini aynı gün içerisinde etkilemektedir. Tek yönlü ortalamada nedensellik ilişkileri incelendiğinde ise yalnızca A.B.D. İslami hisse senedi endeksi DJISUS'ten Malezya İslami hisse senedi endeksi HIJRAH'a yönelik ortalama getirilerde bir nedensellik ilişkisi mevcuttur. Bunun dışında diğer endeksler arasında ortalamada bir nedensellik ilişkisine rastlanmamıştır.

**Tablo 6. İslami Hisse Senedi Endeksleri İçin Hong Varyansta Nedensellik Testi Sonuçları**

Nedensellik Yönü	Eşanlı Nedensellik	M=1	M=2	M=3	M=4	M=5
KAT30 → DJISUS	37,167 [0,000]	-0,552 [0,710]	-0,467 [0,680]	-0,458 [0,679]	-0,516 [0,697]	-0,561 [0,713]
DJISUS → KAT30		0,719 [0,236]	0,527 [0,299]	0,323 [0,373]	0,149 [0,441]	-0,005 [0,502]
KAT30 → MSCIUUKIS	20,075 [0,000]	-0,029 [0,512]	-0,045 [0,518]	-0,108 [0,543]	-0,187 [0,574]	-0,208 [0,582]
MSCIUUKIS → KAT30		11,432 [0,000]	10,945 [0,000]	10,119 [0,000]	9,335 [0,000]	8,644 [0,000]
KAT30 → HIJRAH	25,511 [0,000]	-0,696 [0,757]	-0,844 [0,801]	-0,970 [0,834]	-1,037 [0,850]	-1,079 [0,860]
HIJRAH → KAT30		-0,658 [0,745]	-0,777 [0,781]	-0,886 [0,812]	-0,991 [0,839]	-1,093 [0,863]
DJISUS → MSCIUUKIS	103,735 [0,000]	-0,555 [0,710]	-0,699 [0,758]	-0,805 [0,790]	-0,864 [0,806]	-0,910 [0,819]
MSCIUUKIS → DJISUS		6,746 [0,000]	6,473 [0,000]	5,999 [0,000]	5,539 [0,000]	5,125 [0,000]
DJISUS → HIJRAH	16,811 [0,000]	-0,048 [0,519]	-0,210 [0,583]	-0,386 [0,650]	-0,548 [0,708]	-0,689 [0,755]
HIJRAH → DJISUS		-0,707 [0,760]	4,523 [0,000]	7,967 [0,000]	9,502 [0,000]	10,137 [0,000]
MSCIUUKIS → HIJRAH	7,451 [0,000]	7,015 [0,000]	6,724 [0,000]	6,172 [0,000]	5,650 [0,000]	5,205 [0,000]

HIJRAH → MSCIUUKIS		-0,266 [0,605]	0,594 [0,276]	1,123 [0,131]	1,308 [0,095]	1,338 [0,090]
--------------------	--	-------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Tablo 6'da İslami hisse senedi endekslerinin arasındaki Hong varyansta nedensellik testi sonuçları görülmektedir. Endeksler arasındaki karşılıklı eşanlı nedensellik ilişkileri incelendiğinde, tüm endeksler için %1 önem düzeyinde eşanlı bir nedensellik ilişkisi olduğu görülmektedir. Yani endekslerde gün içerisinde oluşan volatiliteler, birbirlerini aynı gün içerisinde etkilemektedir. Tek yönlü varyansta nedensellik ilişkileri incelendiğinde, İngiltere İslami hisse senedi endeksi MSCIUUKIS'ten tüm diğer endekslere yönelik nedensellik ilişkisinin var olduğu görülmektedir. Buna ek olarak, Malezya İslami hisse senedi endeksi HIJRAH, DJISUS endeksinin varyansta Granger nedenidir. Bunun dışında diğer endeksler arasında varyansta nedensellik ilişkisine rastlanmamıştır.

**Tablo 7. İslami Hisse Senedi Endeksleri İçin Hong Testi Sonuçlarına Ait Özet Bilgiler**

Nedensellik Yönü	Nedensellik Türü	Eşanlı Nedensellik	Tek Yönlü Nedensellik
KAT30 → DJISUS	Ortalamada	√	-
	Varyansta	√	-
DJISUS → KAT30	Ortalamada	√	-
	Varyansta	√	-
KAT30 → MSCIUUKIS	Ortalamada	√	-
	Varyansta	√	-
MSCIUUKIS → KAT30	Ortalamada	√	-
	Varyansta	√	√
KAT30 → HIJRAH	Ortalamada	√	-
	Varyansta	√	-
HIJRAH → KAT30	Ortalamada	√	-
	Varyansta	√	-
DJISUS → MSCIUUKIS	Ortalamada	√	-
	Varyansta	√	-
MSCIUUKIS → DJISUS	Ortalamada	√	-
	Varyansta	√	√
DJISUS → HIJRAH	Ortalamada	√	√
	Varyansta	√	-
HIJRAH → DJISUS	Ortalamada	√	-
	Varyansta	√	√
MSCIUUKIS → HIJRAH	Ortalamada	√	-
	Varyansta	√	√
HIJRAH → MSCIUUKIS	Ortalamada	√	-
	Varyansta	√	-

Tablo 7'de farklı ülkelerin İslami hisse senedi endeksleri arasındaki hem ortalamada hem de varyansta nedensellik ilişkilerinin belirlenmesi amacıyla yapılan Hong nedensellik testine ait özet bilgiler yer almaktadır. Farklı ülkelerin İslami hisse senedi endeksleri arasındaki nedensellik analizlerinde beklenti, gelişmiş ülkelere doğru bir nedensellik ilişkisi olması yönündedir. Tablodaki sonuçlar incelendiğinde, ulaşılan sonuçların hem ortalamada hem de varyansta nedensellik açısından bu beklentiyle kısmen uyumlu kısmen de beklentiye ters olduğu görülmektedir. Zira, İngiltere İslami hisse senedi piyasasından, Türkiye, Malezya ve A.B.D. İslami hisse senedi piyasalarına yönelik olarak varyansta nedensellik ilişkisine rastlanırken, A.B.D'den ise yalnızca Malezya İslami hisse senedi piyasasına doğru ortalamada nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Gelişmekte olan ülke İslami hisse senedi piyasalarından gelişmiş ülkelerin İslami hisse senedi piyasalarına yönelik olarak ise istisnai olarak Malezya'dan A.B.D.'ye yönelik varyansta nedensellik ilişkisinin varlığı saptanmıştır. Bununla birlikte A.B.D. ile Türkiye ve Malezya ile Türkiye İslami hisse senedi piyasaları arasında hem ortalamada hem de varyansta her iki yönlü bir nedensellik ilişkisi bulunmamaktadır. Bu bağlamda ayrışma hipotezinin bu ülkelerin İslami hisse senedi piyasaları için geçerli olduğu ve bu ülkelerin İslami hisse senedi piyasalarına yatırım yapmanın uluslararası çeşitlendirme avantajı sağladığı görülmektedir. Ancak aynı sonuç, bu ülkeler ile İngiltere İslami hisse senedi piyasalarına yapılacak yatırımlar için geçerli değildir.

## Sonuç ve Değerlendirme

Yatırımcılar, hisse senedi piyasalarının içerdiği riski, iyi çeşitlendirilmiş portföyler aracılığıyla minimize etme olanağına sahiptir. Bunun için yatırımcılar, yatırım yapmayı planladıkları hisse senetlerinin risk-getiri dengesini ve portföylerine dahil etmek istedikleri diğer hisse senetleri ile aralarındaki ilişkiyi bilmek isteyeceklerdir. Uluslararası çeşitlendirme aracılığıyla, beklenen getiriden taviz vermeden portföylerin riskini daha da düşürmek mümkündür. Uluslararası çeşitlendirme avantajından yararlanılabilmesi için, yatırım yapılacak ülke piyasalarının birlikte hareket etmemesi gerekmektedir. Literatürde finansal bulaşma etkisi olarak adlandırılan bu kavram, özellikle gelişmiş ülke piyasalarında yaşanan şokların, gelişmekte olan ülke piyasalarını etkilediğini, dolayısıyla bu piyasaların birlikte hareket ettiğini ve çeşitlendirme avantajı sağlamadığını ileri sürmektedir. Bu görüşün karşısında yer alan ve ayrışma hipotezi olarak adlandırılan bir diğer görüş ise son yıllarda gelişmekte olan ülke ekonomilerinin pek çoğunun gelişmiş ülkelere kıyasla daha yüksek büyüme rakamları yakalamasından hareketle, artık bu piyasaların ayrıştığını ve gelişmiş ülke piyasalarından gelişmekte olan ülke piyasalarına doğru bilgi akışının eskiden olduğu kadar hızlı gerçekleşmediğini iddia etmektedir.

Hisse senedi piyasaları ile ilgili bahsedilen hususların tümü, İslami hisse senedi piyasaları için de geçerlidir. İslami hisse senedi piyasaları ile ilgili olarak öne sürülen bir diğer görüş ise İslami hisse senedi piyasalarında yer alan hisse senetlerinin konvansiyonel hisse senedi piyasalarında işlem gören hisse senetleri arasından seçilmesi, diğer bir ifadeyle İslami hisse senedi piyasalarının konvansiyonel hisse senedi piyasalarının bir örnekleme olması nedeniyle, aynı ülkeye ait İslami ve konvansiyonel hisse senedi piyasalarının birlikte hareket edeceğine öne süren görüştür.

Araştırmada yapılan Hong nedensellik testi sonuçları incelendiğinde, her bir ülkenin İslami ve konvansiyonel hisse senedi piyasaları arasında, hem ortalama getirilerde hem de varyansta karşılıklı olarak eşanlı nedensellik ilişkisinin varlığı saptanmıştır. Başka bir ifadeyle, İslami ve konvansiyonel hisse senedi piyasalarının ortalama getirilerinde ve varyanslarında gün içerisinde oluşan volatiliteler, birbirlerini karşılıklı olarak aynı gün içerisinde etkilemektedir. Ancak 5 gecikme için hesaplanan test istatistikleri dikkate alındığında, Türkiye, A.B.D ve İngiltere İslami ve konvansiyonel hisse senedi piyasaları arasında ortalama ve varyansta bir nedensellik ilişkisine rastlanmamıştır. Bu sonuç Abu-Alkheil ve diğerlerinin (2017) çalışmasındaki sonuçları desteklerken, Jebran, Chen ve Tauni (2017) ile Toraman ve diğerlerinin (2016) çalışmalarının sonuçları ile örtüşmemektedir. Malezya için ise konvansiyonel hisse senedi piyasasının, hem ortalama getirilerde hem de varyansta İslami hisse senedi piyasasının Granger nedeni olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Malezya İslami hisse senedi piyasasından konvansiyonel hisse senedi piyasasına doğru ortalama ve varyansta bir nedensellik ilişkisi saptanamamıştır.

Farklı ülkelerin İslami hisse senedi piyasaları arasında yapılan Hong nedensellik testi sonuçları incelendiğinde, tüm İslami hisse senedi piyasaları arasında ortalama ve varyansta eşanlı nedensellik ilişkisinin varlığı saptanmıştır. 5 gecikme için hesaplanan test istatistikleri dikkate alındığında, İngiltere İslami hisse senedi piyasasının, Türkiye, A.B.D. ve Malezya İslami hisse senedi piyasalarının varyansta Granger nedeni olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca Malezya İslami hisse senedi piyasasından A.B.D. İslami hisse senedi piyasasına yönelik olarak varyansta nedensellik ilişkisinin varlığı saptanmıştır. Ortalama nedensellik açısından ise yalnızca A.B.D. İslami hisse senedi piyasasından Malezya İslami hisse senedi piyasasına yönelik bir nedensellik ilişkisinin varlığı belirlenmiştir. Bu sonuç Dewandaru ve diğerlerinin (2014) çalışmasının sonuçları ile kısmen örtüşmektedir. Diğer piyasalar arasında ortalama getiriler açısından bir nedensellik ilişkisine rastlanmamıştır.

Analizi sonuçlarına göre Malezya hariç hiçbir ülkeye ait İslami hisse senedi piyasaları ile konvansiyonel hisse senedi piyasaları arasında hem ortalama getirilerde hem de varyanslarında bir nedensellik ilişkisine rastlanmamıştır. Bu sonuç, İslami hisse senedi piyasalarında yer alan hisse senetlerinin, konvansiyonel hisse senedi piyasalarında işlem gören hisse senetleri arasından seçildiği için bu iki piyasanın birlikte hareket etmesi gerektiğini öne süren görüşün geçerli olmadığını, İslami ve konvansiyonel hisse senedi piyasalarının ayrıştığını göstermektedir. Farklı ülkelerin İslami hisse senedi piyasaları arasındaki nedensellik analizi sonuçlarına bakıldığında ise gelişmiş ülkelerin hisse senedi piyasaları ile gelişmekte olan ülkelerin hisse senedi piyasalarının birlikte hareket ettiği görüşünün büyük ölçüde desteklendiği görülmektedir. İngiltere İslami hisse senedi piyasasından, araştırma kapsamında incelenen diğer tüm ülkelere ait İslami hisse senedi piyasalarına yönelik volatiliteler yayılım etkilerinin varlığı söz konusuysen, A.B.D. İslami hisse senedi piyasasından ise yalnızca Malezya'ya yönelik ortalama nedensellik ilişkisinin var olduğu belirlenmiştir. Malezya İslami hisse senedi piyasasından A.B.D.'ye yönelik olarak ise varyansta nedensellik ilişkisi varlığı saptanmıştır. Bu durum, bu iki ülkenin İslami hisse senedi piyasalarının birlikte hareket ettiğini ve bu ülkelere yatırım yapmanın uluslararası çeşitlendirme avantajı sağlamadığını göstermektedir. Sonuç olarak, gelişmekte olan ülke İslami hisse senedi piyasaları arasında yatırım yapmak uluslararası çeşitlendirme avantajı sağlarken, A.B.D ve Türkiye İslami hisse senedi piyasaları arasında yapılacak yatırımlar hariç gelişmiş ülke İslami hisse senedi piyasaları ve gelişmekte olan ülkelerin İslami hisse senedi piyasalarına yatırım yapmak, uluslararası çeşitlendirme avantajı sağlamamaktadır. Bununla birlikte, Türkiye, A.B.D., ve İngiltere konvansiyonel hisse senedi piyasaları ile İslami hisse senedi piyasalarına birlikte yatırım yapmayı düşünen yerel yatırımcıların, bu ülkelerin

İslami hisse senedi piyasalarına yatırım yaparak portföylerinin risklerini düşürebileceği anlaşılmaktadır. Zira bu ülkelerin İslami ve konvansiyonel hisse senedi piyasaları birlikte hareket etmemektedir.

İleride yapılacak çalışmalarda, analizlere daha çok ülkeye ait İslami hisse senedi piyasaları dahil edilerek araştırmanın kapsamı genişletilebilir. Çalışmanın örneklemini, araştırmada Türkiye İslami hisse senedi piyasasını temsil eden Katılım 30 Endeksinin yayınlanma tarihi olan 2011 yılının ocak ayından sonraki veriyi içermektedir. İleride yapılacak çalışmalarda, farklı endeks sağlayıcılar tarafından oluşturulmuş İslami hisse senedi endeksleri kullanılarak örneklem dönemi genişletilebilir. Bu sayede İslami hisse senedi piyasalarının kriz dönemlerindeki performanslarının görülmesi de sağlanmış olacaktır.

### Kaynakça

- Abbes, M. B., & Trichilli, Y. (2015). Islamic Stock Markets and Potential Diversification Benefits. *Borsa Istanbul Review*, 15(2), 93–105.
- Abu-Alkheil, A., Khan, W. A., Parikh, B., & Mohanty, S. K. (2017). Dynamic Co-Integration and Portfolio Diversification of Islamic and Conventional Indices: Global Evidence. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, (66), 212–224.
- Ajmi, A. N., Hammoudeh, S., Nguyen, D. K., & Sarafrazi, S. (2014). How Strong are the Causal Relationships between Islamic Stock Markets and Conventional Financial Systems? Evidence from Linear and Nonlinear Tests. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 28(1), 213–227.
- Albaity, M., & Ahmad, R. (2008). Performance of Syariah and Composite Indices: Evidence From Bursa Malaysia. *Asian Academy of Management Journal of Accounting and Finance*, 4(1), 23–43.
- Albaity, M., & Mudor, H. (2012). Return Performance, Cointegration and Short Run Dynamics of Islamic and Non-Islamic Indices: Evidence from the US and Malaysia during the Subprime Crisis. *Atlantic Review of Economics*, 1, 1–21.
- Alhabshi, S. O. (1994). Development of Capital Market under Islamic Principles. *Managing and Implementing Interest-Free Banking/Islamic Financial System*, 1–8, Kuala Lumpur, Malaysia.
- Avcı, E., & Al-Agha, B. (2015). The Co-Movement Relationship between Islamic Stock Market and Conventional Stock Market. *International Congress on Islamic Economics and Finance*, 165–176, Sakarya, Turkey.
- Beşel, F., & Özdemir, M. (2016). Participation Index, Istanbul Stock Exchange Index and Interest Rates Nexus: Evidence from Symmetric and Asymmetric Causality. *Kyoto-Durham International Workshop in Islamic Economics and Finance*, 1–7, Durham, the UK.
- Bölükbaşı, A. G. ve Çakmur Yıldıztan, D. (2013). Yükselen Piyasalar Ayrışıyor Mu? *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 34(1), 33–49.
- Budak, H. Z. (2017). Finansal Bulaşma Üzerine Bir Literatür İncelemesi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 39(2), 451–472.
- Buğan, M. F. ve Çevik, E. İ. (2016). İslami Finansal Piyasalar ile Gelişmekte Olan Ülke Borsaları Arasında Getiri ve Volatilité Yayılma Etkisi. *International Congress of Management Economy and Policy*, 4815–4841, İstanbul, Türkiye.
- Çevik, E. İ., Erdoğan, S. ve Buğan, M. F. (2017). İslami Hisse Senedi Piyasası ile Almanya, Fransa ve İngiltere Hisse Senedi Piyasaları Arasında Asimetrik Nedensellik İlişkisi. *I. Uluslararası Ekonomi, Finans ve Ekonometri Sempozyumu*, İstanbul, Türkiye.
- Ceylan, A. ve Korkmaz, T. (2010). *İşletmelerde Finansal Yönetim*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Cheung, Y.-W., & Ng, L. K. (1996). A Causality-in-Variance Test and its Application to Financial Market Prices. *Journal of Econometrics*, 72(1–2), 33–48.
- Derindere Köseoğlu, S., & Çevik, E. İ. (2013). Testing for Causality in Mean and Variance between the Stock Market and the Foreign Exchange Market: An Application to the Major Central and Eastern European Countries. *Czech Journal of Economics and Finance*, 63(1), 65–86.
- Dewandaru, G., Rizvi, S. A. R., Masih, R., Masih, M., & Alhabshi, S. O. (2014). Stock Market Co-Movements: Islamic versus Conventional Equity Indices with Multi-Timescales Analysis. *Economic Systems*, 38(4), 553–571.

- Dharani, M. (2012). *Behaviour of the Shariah Compliant Shares in India - An Empirical Study*. Unpublished doctoral dissertation, Pondicherry University, Puducherry, IN.
- Eğilmez, M. (2009). Decoupling Hipotezine Ne Oldu? *Radikal*, [Çevrim-içi: <http://www.radikal.com.tr/yazarlar/mahfi-egilmez/decoupling-hipotezine-ne-oldu-970837/>], Erişim tarihi: 13.05.2018.
- El Khamlichi, A., Sannajust, A., & Sarkar, K. (2014). Islamic Equity Indices: Insight and Comparison with Conventional Counterparts. *Bankers, Markets and Investors*, (130), 69–80.
- Elton, E. J., Gruber, M. J., Brown, S. J., & Goetzmann, W. N. (2014). *Modern Portfolio Theory and Investment Analysis*. New York: Wiley.
- Habib, M., & Islam, K. ul. (2014). An Empirical Assessment of Islamic Index: A Case Study of India. *International Journal of Research in Management & Technology*, 4(3), 181–189.
- Hakim, S., & Rashidian, M. (2002). Risk and Return of Islamic Stock Market Indexes. *9th Economic Research Forum Annual Conference in Sharjah*, 1–13, UAE.
- Haq, I. Ul, & Rao, C. (2013). Co-Integration and Causality in Different Time Scales between SENSEX and SHARIAH 50 Indices in Indian Stock Markets. *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, 9(4), 164–174.
- Hassan, M. K., & Girard, E. (2010). Faith-Based Ethical Investing: The Case of Dow Jones Islamic Indexes. *Islamic Economic Studies*, 17(2), 1–31.
- Ho, C. S. F., Abd Rahman, N. A., Yusuf, N. H. M., & Zamzamin, Z. (2014). Performance of Global Islamic versus Conventional Share Indices: International Evidence. *Pacific Basin Finance Journal*, 28(1), 110–121.
- Hong, Y. (2001). A Test for Volatility Spillover with Application to Exchange Rates. *Journal of Econometrics*, 103, 183–224.
- Hussin, M. Y. M., Yusof, Y. A., Muhammad, F., Razak, A. A., Hashim, E., & Marwan, N. F. (2013). The Integration of Islamic Stock Markets: Does a Problem for Investors. *Labuan e-Journal of Muamalat and Society*, 7, 17–27.
- Jebran, K., Chen, S., & Tauni, M. Z. (2017). Islamic and Conventional Equity Index Co-Movement and Volatility Transmission: Evidence from Pakistan. *Future Business Journal*, (3), 98–106.
- Kamışlı, M., Kamışlı, S. ve Temizel, F. (2017). Bölgesel İslami Hisse Senedi Endeksleri Arasındaki İlişkilerin Analizi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, (ICMEB17 Özel Sayısı), 574–587.
- Karim, B. A., Datip, E., & Shukri, M. H. M. (2014). Islamic Stock Market versus Conventional Stock Market. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 2(11), 1–9.
- Karim, B. A., Kassim, N. A. M., & Arip, M. A. (2010). The Subprime Crisis and Islamic Stock Markets Integration. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 3(4), 363–371.
- Kassim, S. H. (2013). The Global Financial Crisis and the Integration of Islamic Stock Markets in Developed and Developing Countries. *Asian Academy of Management Journal of Accounting and Finance*, 9(2), 75–94.
- Kenourgios, D., Naifar, N., & Dimitriou, D. (2016). Islamic Financial Markets and Global Crises: Contagion or Decoupling? *Economic Modelling*, 57, 36–46.
- Korkmaz, T., Çevik, E. İ., & Atukeren, E. (2012). Return and Volatility Spillovers among CIVETS Stock Markets. *Emerging Markets Review*, 13, 230–252.
- Korkmaz, T., Çevik, E. İ., Birkan, E., & Özataç, N. (2011). Causality in Mean and Variance between ISE 100 and S&P 500: Turkcell Case. *African Journal of Business Management*, 5(5), 1673–1683.
- Köse, M. A., Otrók, C., & Prasad, E. (2012). Global Business Cycles: Convergence or Decoupling? *International Economic Review*, 53(2), 511–538.
- Majdoub, J., Mansour, W., & Jouini, J. (2016). Market Integration between Conventional and Islamic Stock Prices. *North American Journal of Economics and Finance*, 37, 436–457.
- Majid, M. S. A., & Kassim, S. H. (2010). Potential Diversification Benefits across Global Islamic Equity Markets. *Journal of Economic Cooperation and Development*, 31(4), 103–126.
- Mohd, M. A. Bin, & Nawawi, A. H. B. M. (2011). Causality Linkages between USA and Asian Islamic Stock Markets. *2011 IEEE Symposium on Business, Engineering and Industrial Applications*, 123–128, Langkawi, Malaysia.



- Shahzad, S. J. H., Ferrer, R., Ballester, L., & Umar, Z. (2017). Risk Transmission between Islamic and Conventional Stock Markets: A Return and Volatility Spillover Analysis. *International Review of Financial Analysis*, 52, 9–26.
- Toraman, C., İğde, M., Buğan, M. F., & Kılıç, Y. (2016). Volatility Spillover Effect from Conventional Stock Markets to Islamic Stock Markets. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 5(4), 2226–3624.
- Ülev, S. (2016). *Borsa İstanbul Katılım Endeksinin Piyasa Faiz Oranları ile İlişkisi ve Performansının Analizi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, Türkiye.
- Ülev, S. ve Özdemir, M. (2015). Katılım Endeksi ile Piyasa Faiz Oranları Arasındaki Nedensellik İlişkisi. *International Congress on Islamic Economics and Finance*, 47–54, Sakarya, Türkiye.
- Wyrobek, J., & Stańczyk, Z. (2013). Decoupling Hypothesis and the Financial Crisis. *Financial Assets and Investing*, (3), 25–40.
- Yusof, R. M., Bahlous, M., & Kassim, S. H. (2010). Ethical Investment and Shari'ah-Compliant Investment Compared: Can Investors Benefit from Diversification. *Savings and Development*, (3), 389–412.
- Yusof, R. M., & Majid, M. S. A. (2007). Stock Market Volatility Transmission in Malaysia: Islamic versus Conventional Stock Market. *Journal of King Abdulaziz University: Islamic Economics*, 20(2), 17–35.

## Extended Abstract

### Aim and Scope

The aim of this study is to determine the extent to which Islamic stock markets differ from conventional stock markets in the context of financial contagion within the framework of Modern Portfolio Theory. For this purpose, the relationship between the Islamic stock indices of Turkey, Malaysia, U.S., and the UK were examined. Borsa İstanbul 100 Stock Index (BIST100), FTSE Bursa Malaysia KLCI Index (KLCI), Dow Jones Industrial Average Stock Index (DJIND) and Financial Times Stock Index 100 (FTSE100) represent conventional stock markets for Turkey, Malaysia, USA, and the UK, respectively. Participation 30 Index (KAT30), FTSE Bursa Malaysia Hijrah Shariah Index (HIJRAH), Dow Jones Islamic Market U.S. Index (DJISUS) and Morgan Stanley Capital International Islamic UK Index (MSCIUKIS) represent Islamic stock markets for Turkey, Malaysia, USA, and the UK, respectively. Volatilities were estimated by using daily return series calculated over the daily closing prices of the indices.

### Methods

This study adopts a causality in variance test developed by Hong (2001) to investigate the relationship between Islamic and conventional stock indices. The test uses the Cross-Correlation Function (CCF) which is based on the standardized residuals and the squares of standardized residuals derived from GARCH type models.

### Findings

In the causality analysis between conventional and Islamic stock indices, the expectation is that there should be a causality relationship from conventional indices toward Islamic indices. The reason for this expectation is that most of the companies listed in the Islamic stock indices are already listed in the conventional stock indices. However, the analysis shows that only the Malaysian stock market meets this expectation in terms of both causality in average and variance. The results for other countries are contrary to this expectation. In other words, these indices are not acting together, thus providing investors to the advantage of diversification. In the causality analyses among the Islamic stock indices of different countries, the expectation is that there will be a causality relationship from the developed countries toward the developing countries. The findings are partly consistent with this expectation in terms of both causality in average and variance. The causality relationship in the variance was found from Islamic stock market of the UK towards Turkey, Malaysia and the U.S. The causality relationship in mean was determined from the US Islamic stock market towards only the Malaysian Islamic stock market. For the Islamic stock markets of the developing countries to the Islamic stock markets of the developed countries, the causality in variance relationship was determined from Malaysia toward USA. There is no causality relationship both in variance and mean between USA and Turkey and also Malaysia and Turkey.

### Conclusion

According to the results of the study, no causality relationship was found between the Islamic stock markets of any country except Malaysia and conventional stock markets in both mean returns and variances. This result shows that the views suggesting that Islamic and conventional stock markets should act together because the stocks in the Islamic stock markets are selected among the stocks traded in the conventional stock markets are not valid and the Islamic and

conventional stock markets are decoupled. When the results of the causality analysis between the Islamic stock markets of different countries are analysed, it is seen that the stock Islamic stock markets of developed countries and developing countries act together. As a result, investing among Islamic stock markets of the developing countries provides international diversification benefits. However, investing among Islamic stock markets of the developed countries does not provide international diversification benefits, except the investments among US and Turkey Islamic stock markets.

# Türkiye’de Düzey 2 Bölgeleri Ölçeğinde İç Göç ve İşsizlik İlişkisinin Ekonometrik Analizi

## The Econometric Analysis of the Relationship Between Domestic Migration and Unemployment in Turkey for NUTS-2 Regions Scale

Canan Sancar<sup>1</sup>, Yusuf Ekrem Akbaş<sup>2</sup>

### Öz

Bu çalışmada, 2008-2018 döneminde net göç hızı ile işsizlik oranı arasında ilişki olup olmadığı Türkiye’nin 26 adet Düzey 2 bölgesi ve bölgelerin geneli ölçeğinde panel veri yöntemiyle analiz edilmiştir. Çalışmanın bulguları hem Düzey 2 bölgeleri hem de bölgelerin geneli açısından farklılıklar göstermektedir. MGE (Mean Group Estimator-Ortalama Grup Tahmincisi) testi sonuçlarına göre, Marmara Bölgesinin TR21, TR41 ve TR42 Düzey 2 bölgelerinde kısa dönemde net göç hızı arttığında işsizlik oranı azalmaktadır. Doğu Anadolu Bölgesinin TRA1 ve TRA2 Düzey 2 bölgelerinde göç arttıkça işsizlikte artış göstermektedir. Güneydoğu Anadolu Bölgesinin TRC2 Düzey 2 bölgesine yapılan göçler bu bölgede işsizliği de arttırmaktadır. Akdeniz Bölgesinin TR61 ve TR62 Düzey 2 bölgelerine doğru göç oranında artış meydana geldiğinde işsizlik oranı da artmaktadır. Ege, İç Anadolu ve Karadeniz Bölgelerinin Düzey 2 bölgelerinin tamamında kısa dönemde göç ve işsizlik değişkenleri arasında ilişki gözlemlenmemiştir. Marmara, Akdeniz, Karadeniz, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinin geneli için elde edilen sonuçlar kısa dönemde göçle birlikte işsizlik oranında artış yaşandığı gözlemlenmiştir. FMOLS (Fully Modified Ordinary Least Squares - Tam Düzeltilmiş En Küçük Kareler) testi sonuçlarına göre, Marmara ve Ege Bölgelerine yapılan göçler uzun dönemde işsizliği azaltmaktadır. Akdeniz Bölgesinde uzun dönemde net göç hızı arttıkça işsizlik de artış göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Düzey 2 Bölgeleri, İç Göç, İşsizlik, Panel Veri Analizi

### Abstract

In this study, it was analysed whether there was a relationship between net migration rate and unemployment rate between the period 2008-2018 was analysed using panel data method within the scope of 26 Level 2 region and overall regional scale of Turkey. The findings of the study show differences both in terms of Level 2 regions and of the Regions in general. According to MGE test results, when the nets migration rate increases, the unemployment rate also increases in the short-term in TR21, TR41 and TR42 Level 2 regions of the Marmara Region. The unemployment rate shows an increase when migration also shows an increase in the TRA1 and TRA2 Level 2 regions of the Eastern Anatolia Region. Migrations to the TRC2 Level 2 region of the South-eastern Anatolian Region also increase the unemployment in this region. When there is an increase in the migration rate of TR61 and TR62 Level 2 regions of the Mediterranean Region, there is also an increase in the unemployment rate. A relationship between the variables of migration and unemployment rate cannot be seen in the short term of Level 2 regions of Aegean, Central Anatolian, and the Black Sea Regions. The results that were obtained for Marmara, Mediterranean, Black Sea, Eastern Anatolia, and South-eastern Anatolia – overall – indicated there was an increase in the unemployment rates in the short-term. According to FMOLS test results, the migration towards Marmara and Aegean Regions increases unemployment in the long-term. In the Mediterranean Region, unemployment shows an increase as the net migration rate increases in the long-term.

**Keywords:** NUTS-2 Regions, Domestic Migration, Unemployment, Panel Data Analysis

**Araştırma Makalesi [Research Paper]**

**JEL:** C33, J64, R10, R23

**Submitted:** 29 / 08 / 2019

**Accepted:** 12 / 01 / 2020

<sup>1</sup> Doç.Dr., Gümüşhane Üniversitesi, Kelkit Aydın Doğan Meslek Yüksekokulu, canansancar@gumushane.edu.tr, Orcid: 0000-0002-4578-9573

<sup>2</sup> Doç.Dr., Adıyaman Üniversitesi, İİBF, akbasyea@gmail.com, Orcid: 0000-0002-9355-2802

## Giriş

Kültürel, sosyal ve ekonomik anlamda dışsallıkları olan göç olgusu tarihsel süreç içerisinde hep var olmuştur. Göç, insanları ve tüm yaşam alanlarını etkileyen çeşitli hareketleri ve durumları kapsamaktadır. Göç aynı zamanda jeopolitik, ticari ve kültürel anlamda iç içe geçmiş ilişkiler zinciri içerisinde küreselleşme çağında tüm devletleri ve insanları etkilemektedir.

Göç, insanların refah seviyelerinin artacağı beklentisi içerisinde buldukları yerleşim yerlerinden geçici veya sürekli olarak başka bir yerleşim yerlerine gitmeye karar vermeleridir (Pazarlıoğlu, 2007:121). Göç olgusu aynı zamanda, sosyoloji, demografi, coğrafya ve ekonomi gibi farklı bilimsel disiplinleri içeren karmaşık bir olgudur. Göç olgusu, mekânsal bağlamda uluslararası göç ve iç göç ayrımına tabidir. İç göç, insanların ulusal sınırlar içinde hareketlerinin ve mekânın yeniden tahsisini gerekli kılarken, uluslararası göç insanların farklı ülkelere hareketlerine odaklanmaktadır (Etzo, 2008: 2).

Literatürde göç olgusu, "fayda-maliyet yaklaşımı", "itici ve çekici güçler yaklaşımı" ve "seçkinlik yaklaşımı" olmak üzere üç ana yaklaşımla açıklanmaktadır (Çelik, 2005:168). İlk yaklaşım olan fayda- maliyet yaklaşımı, insanların faydalarının maliyetlerinden daha fazla olması halinde göç edeceklerini savunur. Bu yaklaşım, klasik ve neoklasik bakış açılarıyla farklı yorumlanır. Klasikler, göç olgusunu insanların daha iyi iş olanaklarına sahip olmak amacıyla göç ettikleri ve beşeri sermayenin bir unsuru olarak değerlendirirler. Neoklasik yaklaşımda, insanların göç kararlarında daha iyi iş ve gelir beklentilerinin rolüne vurgu yapılmıştır (Çelik, 2000: 243). Göç olgusunu açıklayan ikinci yaklaşım, itici ve çekici güçler yaklaşımıdır. İtici güçler arasında, gelir düzeyinin düşüklüğü, demografik, ekonomik ve siyasal nedenler yer almaktadır (Aydemir ve Şahin, 2018:120). Göç olgusunu açıklayan çekici güçler olarak istihdam, eğitim, sağlık olanakları ve ulaşım sağlık olanakları sıralanabilir (Aşkın vd., 2013: 247). Üçüncü yaklaşım olan " seçkinlik yaklaşımı", kırdan kente göçün seçkin bir süreç olduğu ve göçmenlerin eğitim, yaş cinsiyet gibi nitelikler açısından seçkin özelliklere sahip oldukları düşüncesine dayanır (Çelik, 2002: 276).

Türkiye'de 1950'li yıllardan itibaren iç göçler, gelişmiş bölgelerin nüfusu çekici faktörleri, daha az gelişmiş bölgelerin nüfusu itici faktörleri nedeniyle hız kazanmıştır. Ülkemizde daha çok kentleşme hareketlerine paralel olarak ortaya çıkan göç olgusu ile birlikte, gelişmiş bölgeler üretim faktörlerini kendilerine çekmekte ve bölgelerarası gelişmişlik farkları daha da artmaktadır.

Ülkemizde kırsal yerleşim birimlerinde kent yerleşim birimlerine göçü tetikleyen itici faktörler; 1950'li yıllardan itibaren tarımda geleneksel yöntemlerden makineleşmeye geçişle birlikte nüfusun bir kısmının işsiz kalması, kırsal alanlarda yaşanan nüfus artışı birlikte bu yerleşim birimlerinde kaynakların yetersiz kalması etkili olmuştur. Ayrıca, 1990'lı yıllardan itibaren güvenlik nedeniyle devlet tarafından kırsal nüfusun bir bölümünün daha güvenli kentlere yerleşmesinin teşvik edilmesi kırdan kente göçü teşvik etmiştir. Göç alan yerleşim yerlerinde çekici faktörler; istihdam ve gelir olanaklarının yanısıra eğitim, sağlık ve altyapı olanaklarına erişim kolaylıkları gelmektedir (Gürlevik, 2014: 63-64).

Türkiye'de 2008-2018 döneminde ortalama net göç hızı en yüksek alt bölgeler sırasıyla, Doğu Anadolu Bölgesinin TRA2 (%-21.23), TRB2 (%-15.03) ve TRA1 (%-9.63) Düzey 2 Bölgeleridir. Net göç hızının en düşük olduğu Düzey 2 Bölgeleri sırasıyla; Marmara Bölgesinin TR21 (%11.32), TR42 (%8.59) ve TR41(%6.51) Düzey 2 Bölgeleridir. Net göç hızı dikkate alındığında en çok göç veren alt bölgeler TRA2 (Ağrı, Kars Ardahan, Iğdır), TRB2 (Van, Muş Bitlis, Hakkâri) ve TRA1 (Erzurum, Erzincan, Bayburt)'dir. En çok göç alan alt bölgeler ise TR21 (Tekirdağ, Edirne Kırklareli), TR42 (Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) ve TR41 (Bursa, Eskişehir, Bilecik)'dir.

Emek faktörünün coğrafik olarak bir mekândan farklı bir mekâna hareketi olarak da tanımlanan göç olgusunun (Çelik, 2006: 150), çalışmak isteyen işgücünün bir bölümünün işinin olmamasını ifade eden işsizlik (Ünsal, 2009:88) üzerinde farklı etkiler meydana getirdiği bilinmektedir. Göçün işsizlik üzerindeki etkisinin ne yönde olacağı ülkelerin ve bölgelerin sosyoekonomik özelliklerine göre farklılık göstermekte ve iktisat literatüründe bu konuda farklı görüşler mevcuttur. Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de 2008-2018 döneminde gerçekleşen iç göçün işsizlik üzerindeki etkilerini TÜİK İstatistiksel Bölge Birimleri Sınıflaması (İBBS) Düzey 2 Bölgeleri (26 Bölge) ölçeğinde ve bölgeler genelinde araştırmaktır. Çalışma, göç ve işsizlik ilişkisini Türkiye'nin Düzey 2 bölgeleri ölçeğinde ele alması açısından literatüre katkıda bulunacaktır. Çalışmanın ikinci bölümünde göç ve işsizlikle ilgili teorik ve ampirik literatür, üçüncü bölümünde çalışmanın ekonometrik yöntemi üzerinde durulmuştur. Dördüncü bölümünde ampirik bulgular ortaya konulmuş ve çalışma sonuç ve değerlendirme bölümüyle sonlandırılmıştır.

## 1. Göç ve İşsizlik üzerine Teorik ve Ampirik Literatür

Literatürde göç kararının verilmesini etkileyen sebepler dört ana model çerçevesinde şekillendirilmiştir. Bunlardan ilki olan işgücü akım modelinde temel vurgu ücretler, işgücü verimliliği ve iş bulma olasılığı gibi ekonomik faktörler üzerinde toplanmaktadır. İkinci model olan insan sermayesi modelinde, bireyler göç kararı verirken uzun dönemli bir fayda-maliyet analizi yaparak bir anlamda yatırım kararı vermektedirler. Üçüncü bölgesel donanım yaklaşımına göre, göçmenler göç

kararı verirken sosyal olanaklar, sağlık ve eğitim hizmetlerine erişimin kolay olduğu yerleşim birimlerini tercih etmektedirler. Son olarak hanehalkı üretim modelinde, üretimde kadın işgücünün kazancı göç kararının verilmesinde önem kazanmaktadır (Gür ve Ural, 2004: 23-26). Kırsal - kentsel göç ve kentsel işsizlik sorunları, kalkınma ekonomisinin teorik literatüründe de büyük dikkat çekmiştir. Neoklasik teoride göçü açıklamak için geliştirilen en temel modellerden Hicks (1932) ve Lewis (1954) eserlerinde göçü ekonomik gelişme süreciyle, Harris ve Todaro (1970) modelinde göçün asıl ücret farklılıklarından kaynaklandığı vurgulanmaktadır.

Kalkınma literatüründe bölgesel işgücü hareketleri, kırdan kente göç ve kent işsizliği konuları geniş bir yere sahip olmakla birlikte Todaro (1969) ve Harris-Todaro (1970) tarafından geliştirilen model yardımıyla açıklığa kavuşmuştur. Harris-Todaro (1970) modeli, göç olgusunu işgücü akım modelleri çerçevesinde açıklamaktadır. Geliştirilen bu modelde, yazarlar kırsal ve kentsel yerleşim birimleri arasında bir ücret boşluğu olduğu konusuna odaklanmışlardır. Ayrıca, kentsel kalkınma programlarının kırdan kente göç ile birlikte sürekli artış eğiliminde olan işsizlik sorununa çözüm getiremeyeceği ve kentsel kalkınma programları yerine kırsal kalkınma programları uygulanmasının (Yüceol, 2007: 109) gerekliliği savunulmuştur. Bu modelde kırsal ve kentsel yerleşim birimleri arasındaki gelir farklılıkları beklentilerle ilişkilendirilmiştir. Kent merkezlerinde işsizlik oranı yüksek ve göçmenler için iş bulabilme ihtimali düşüktür. Göç olgusunu, bölgelerarası gelir farklılıkları ile birlikte işsizlik oranı farklılıkları da etkilemektedir (Ercilasun vd., 2011: 319).

Harris-Todaro göç modelinde mevcut olan politika sonuçlarının tam tersi Gupta (1993) tarafından savunulmuştur. Gupta'ya göre kentlerde formel sektörlerde uygulanan sübvansiyon politikaları açık işsizlik seviyesini azaltmakta, ancak kırsal alanda uygulanan fiyat veya ücret sübvansiyonlarıyla açık işsizlik sorununun önlenemeyeceği vurgulanmaktadır (Chaudhuri, 2000: 353). Bölgelerarası göç veya işgücü hareketliliğine ilişkin farklı görüşlere rağmen Harris ve Todaro (1970) tarafından ortaya atılan görüşler günümüzde geçerliliğini korumaktadır. Bu modelde, bölgelerarası göçü ücretler farklılıkları, göçü istihdam beklentileri, konut maliyetlerindeki farklılıklar işgücü göçü düşüncesinin temelinde bağlı olduğu faktörlerdir (Yüceol, 2011: 33).

Göç ve işsizlik arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalarda ülkelerin sosyal ve ekonomik özelliklerine göre farklı sonuçlar ortaya çıkmıştır. Çalışmaların bir kısmı ülke geneline ilişkin sonuçlar ortaya koyarken, sınırlı sayıda çalışma bölge ve alt bölge düzeyinde ele alınmıştır. Örneğin; Uluslararası literatürde Withers ve Pope (1985), Avustralya'da işsizlik ve göçmenlik arasındaki bağlantıyı 1948-1982 dönemi için Granger nedensellik yöntemiyle analiz etmiştir. Granger nedensellik testinin sonuçları, göçten işsizliğe doğru herhangi bir nedensellik ilişkisi bulunmamakla birlikte, Avustralya'daki işsizliğin göç üzerinde önemli bir etkisi olduğuna dair güçlü kanıtlar olduğunu göstermiştir. Pope ve Withers (1993)'in Avustralya için 1861-1991 dönemini kapsayan diğer bir çalışmalarında, önceki çalışmalarından farklı sonuçlar elde edilmiştir. Yapısal dengesizlik modeli ve nedensellik testlerinin kullanıldığı çalışmanın bulguları, kısa vadede işsizliğin göçü tetikleyebileceği, ancak göçün işsizlik üzerindeki etkilerinin ihmal edilebilir düzeyde düşük olduğunu göstermiştir.

Mouhoud et Oudinet (2010), göç ve işsizlik ilişkisini 1986-2000 döneminde 13 Avrupa Birliği (AB) ülkesi için regresyon yöntemiyle analiz etmişlerdir. Çalışmada, gelişmekte olan ülkelere gelişmiş ülkelere doğru gerçekleşen göç akımlarının, göç alan ülkenin istihdam piyasasındaki düşük nitelikli işlerin ücretleri üzerinde aşağı yönlü bir baskı oluşturduğu görülmüştür. Ayrıca, AB ülkeleri dışındaki ülkelere gelen göçmenler, yer seçimlerinde ev sahibi ülkelerdeki ücret farklılıklarını daha fazla dikkate almaktadırlar. Fromentin (2013)'in ampirik çalışmasında, Fransa'da göç ve işsizlik ilişkisini 1970-2008 dönemi için eşbütünlük ve vektörel hata düzeltme modeli (VECM) kullanarak araştırmıştır. Çalışmanın sonuçları, uzun vadede göç nedeniyle toplam işsizlikte gözlenen bir artış olmadığını göstermektedir. Ayrıca, göçmenliğin kısa vadede işsizliği olumsuz yönde etkilediği ve geçmiş göçün artan ücretler üzerinde pozitif bir etkisi olduğu sonucuna varılmıştır. Diğer bir bulgu, göç akımlarının uzun vadede istihdama zayıf (olumlu) etkilerinin olduğudur.

Ulusal literatürde; Yamak ve Yamak (1999), Türkiye'de 67 il kapsamında 1980-1990 döneminde gerçekleşen iç göçlerin ne kadarının ekonomik nedenlerle gerçekleştiğini En küçük Kareler (EKK) yöntemiyle araştırmışlardır. Çalışmadan elde edilen bulgular, göç eden nüfusun %25'inin ekonomik nedenlerle yer değiştirdiğini göstermiştir. Gür ve Ural (2004), Türkiye'de kırsal alandan kentlere doğru gerçekleşen göçün nedenlerini araştırdıkları çalışmalarında 73 ilin yatay kesit verilerini regresyon analizi ile araştırmışlardır. Araştırma sonucu, Türkiye'de iç göçün kişi başına gelirin düşük, işsizlik oranının yüksek, sağlık hizmetlerine erişim kolaylığının düşük, tarım sektörünün yoğun olduğu ve kadınların istihdam olanaklarının düşük olduğu yerleşim yerlerinden tüm bu olanakların yüksek olduğu yerleşim birimlerine doğru gerçekleştiği görülmüştür. Bahar ve Bingöl (2010), Türkiye'de iç göç hareketlerinin işgücü piyasalarına etkilerini araştırmışlardır. Çalışmada, iç göçün sektörler arası geçişi sağlamak bağlamında işgücü piyasalarına olumlu etkileri olmakla birlikte, kentsel alanda istihdama baskı yarattığı ve işsizliğin azalmasına engel olduğu sonucuna varılmıştır. Yakar (2012), Türkiye'de iç göçlerin 1995-2000 yılları arasındaki mekânsal dağılımını haritalama ve mekânsal oto korelasyon analizi ile araştırmıştır. Türkiye'de iç göçün incelenen dönemde az gelişmiş bölgelerden gelişmiş bölgelere doğru gerçekleştiği görülmüştür. Ayrıca, iç göçlerin yaşanmasında bölgesel ve yerel ekonomik farklılıkların belirleyici olduğu tespit edilmiştir.

Çelik ve Aslan (2018), Türkiye'de 2014-2016 yılları arasında yaşanan göç hareketlerinin işsizlikle ilişkisini Spearman korelasyon yöntemiyle analiz etmişlerdir. Analiz sonucu, alınan göç ve verilen göç ile genel işsizlik ve genç işsizlik oranı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu görülmüştür. Ayrıca, göçle birlikte işsizlik oranlarının arttığı gözlemlenmiştir. Özdemir (2018), İİBS kapsamında 26 Düzey 2 Bölgesi için 2008-2016 döneminde net göç hızının belirleyicilerini panel veri yöntemiyle analiz etmiştir. Analiz sonucu, alt bölgelerin zenginlik, eğitim ve kentleşme düzeyinin göçü olumlu yönde etkilerken, terör eylemlerinin göç hareketleri açısından itici bir faktör oluşturduğu görülmüştür. Ayrıca, enflasyon ve işsizlik değişkenleri istatistiki açıdan anlamsız bulunmuştur. Bu nedenle, enflasyon ve işsizlik sorunlarının bölgelerin genel sorunu olduğu için göç kararında etkili faktörler olmadığı görülmüştür. Aktaş ve Şahin (2019), Harris-Todaro Göç Modelinin geçerliliğini Türkiye'de 1970-2014 yılları arası gerçekleşmiş olan kırdan kente göç hareketleri kapsamında Vektör Otoregresyon (VAR) Modeli ile araştırmışlardır. Araştırma sonucu, Türkiye'de gerçekleşen iç göçlerin Harris-Todaro Modeli ile açıklanabilir olduğu ve tarım sektörü ücretleri, kentsel ücretler ve kentsel istihdam arasında anlamlı bir ilişki olduğu yönünde bulgular elde edilmiştir.

## 2. Veri Seti ve Metodoloji

Çalışmada, Türkiye'de iç göç ve işsizlik arasında ilişkisi İİBS'ye göre oluşturulan Düzey 2 bölgeleri (26 bölge) ölçeği ve bölgelerin geneli kapsamında panel veri yöntemleriyle araştırılmıştır. Göç ve işsizlik değişkenlerine ait 2008-2018 dönemi yıllık serileri Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) elektronik veri tabanından elde edilmiştir. Çalışmada, veri kısıtı nedeniyle 2008-2018 dönemi yıllık verileri kullanılmıştır. Göç ve işsizlik değişkenlerine ilişkin açıklamalar Tablo 1'de gösterilmiştir.

**Tablo 1. Çalışmada Kullanılan Değişkenler ve Açıklamaları**

Değişken	Açıklama	İncelenen Dönem	Kaynak
Net Göç Hızı	Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemine (ADNKS) göre Düzey 2 bölgelerinin (26 bölge) Net Göç Hızı (%0)	2008-2018 yıllık verileri	TÜİK (Göç İstatistikleri)
İşsizlik Oranı	Hane Halkı İşgücü İstatistiklerine göre Kurumsal olmayan nüfusun işgücü durumu [15+ yaş] : İşsizlik oranı (%)	2008-2018 yıllık verileri	TÜİK (Hanehalkı İşgücü İstatistikleri)

Çalışmada ilk olarak göç ve işsizlik oranı serilerinin durağanlıkları test edilmiştir. Durağanlık sınavında Levin-Lin ve Chiu (2002) ve Im-Pesaran ve Shin (2003) birinci kuşak panel birim kök testlerinden yararlanılmıştır. İkinci olarak, göç ve işsizlik oranı serileri arasındaki uzun dönemli ilişki Pedroni (1995, 1997, 1999) ve panel CUSUM eşbütünleşme testleriyle tahmin edilmiştir. Son aşamada, Düzey 2 bölgeleri ve bölgelerin geneli için net göç hızı ile işsizlik oranı arasındaki ilişkinin yönünü tespit edebilmek için panel Ortalama Grup Tahmircisi (MGE) ve Tam Düzeltilmiş En Küçük Kareler (FMOLS) tahmircileri kullanılmıştır.

### 2.1. Panel Birim Kök Testleri

Levin-Lin ve Chiu (LLC) Panel Birim Kök testi, otoregresif parametrenin ( $\rho$ ) birimden birime değişmediğini varsaymaktadır. LLC testinin boş hipotezi seride genel birim kök vardır ( $H_0: \rho=1$ ) şeklinde kurulmaktadır (Levin, Lin ve Chu, 2002: 4). Genelleştirilmiş temel denklem aşağıdaki gibi gösterilebilir:

$$\Delta Y_{it} = \rho Y_{it-1} + \sum_{L=1}^{p_i} \phi_{iL} \Delta Y_{it-L} + \alpha_{mi} d_{mt} + U_{it} \quad (1)$$

(1) nolu denklemde,  $d_{mt}$  her bir birim için kukula değişkenleri,  $\alpha_{mi}$  parametreleri göstermektedir.  $\Delta Y_{it}$  ve  $Y_{it-1}$  'in  $\Delta Y_{it-L}$  ile ayrı ayrı regresyonları bulunmakta ve kalıntılar elde edilmektedir (Tatoğlu, 2013: 200). LLC testinde, otoregresif parametrelerin homojen olması gerekli olduğundan kısıtlı bir test olduğu kabul edilmektedir (Baltagi, 2005: 242). Buna karşın, Im-Pesaran ve Shin (IPS) (2003) testi LLC testine göre güçlü yönleri vardır. IPS testinin en önemli özelliği, verileri birleştirmek yerine tüm birimler için zaman serilerine ayrı ayrı birim kök testi uygulamasıdır (Tatoğlu, 2013: 212). IPS testinin boş hipotezi eşbütünleşmenin olmadığı ( $H_0: \rho=1$ ) şeklinde kurulmaktadır. IPS testinde her bir yatay kesit için birim kök testleri kullanılarak ADF regresyon modeli tahmin edilmektedir (Hoang ve Mcnown, 2006: 3-6):

$$Y_{it} = \alpha_i + \rho_i Y_{i,t-1} + \sum_{L=1}^{\rho_i} \phi_{ij} \Delta Y_{i,t-j} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

IPS'nin standardize edilmiş test istatistiği aşağıdaki gibidir:

$$W_t = \frac{\sqrt{N}(\bar{\epsilon}_{N,T}N^{-1} \sum_{i=t}^N E(t_{i,t}))}{\sqrt{N^{-1} \sum_{i=v}^N V(t_{i,T})}} \Rightarrow N(0,1) \quad (3)$$

IPS testinde önemle üzerinde durulması gereken bir nokta testin örtük varsayımı olan T, bütün yatay kesit birimleri için aynıdır ve dolayısıyla  $E(t_{iT})$  ve  $V(t_{iT})$  bütün i'ler için aynıdır. Bu testin en büyük avantajı dengeli bir panele ihtiyaç duyulmaması ve ADF regresyon birimleri için farklı gecikme uzunluğu kullanılabilmesidir (Maddala ve Wu, 1999: 635).

### 3.2. Eşbütünleşme Testleri

Pedroni (1999, 2004) sıfır hipotezi "eşbütünleşme yoktur" şeklinde olan durağan olmayan paneller için yedi adet eşbütünleşme testi önermiştir. Yedi test istatistiği, grup ve panel istatistiği olmak üzere iki kategoriye ayrılır. Test istatistikleri, hem kısa dönem dinamikleri hem de uzun dönem eğimi ve kesişme noktasında katsayıları verir. Bu yöntemde, normal zaman serisi analizlerinin aksine normalleştirmeyi ve eşbütünleşme ilişkilerinin kesin sayısını dikkate almaz. Pedroni eşbütünleşme testi, Engle-Granger testinin uzantısı olarak kabul edilir, ayrıca seriler I(1) düzeyinde durağan olması halinde geçerlidir (Pedroni, 1999: 668; Pedroni, 2004: 597). Pedroni eşbütünleşme testi aşağıdaki denklemle açıklanabilir:

$$y_{it} = \alpha_i + \delta_{it} + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \dots + \beta_M X_{Mit} + \epsilon_{it} \quad (4)$$

Diğer bir panel eşbütünleşme testi Panel CUSUM eşbütünleşme testidir. Panel CUSUM (2005) eşbütünleşme testi, Pedroni testi ile benzer şekilde normal dağılımlıdır ve heterojenliğe izin vermektedir. Pedroni eşbütünleşme testinden farklı yönü ise içsellik sorununu dikkate alması ve hipotez testleri olmasıdır. Panel CUSUM testinin sıfır hipotezi " $H_0$ : Eşbütünleşme vardır", alternatif hipotezi " $H_1$ : Eşbütünleşme yoktur" şeklindedir (Akbaş ve Şentürk, 2013: 52). Panel Cusum testi, Pedroni testine göre daha güvenilir bir testtir. Zira CUSUM testi, Pedroni testine göre küçük örneklerde daha başarılı sonuçlar elde edebilmektedir. Bununla birlikte, Panel CUSUM testi paneli daha düşük boyut bozulmalarına uğratmaktadır (Zeren, 2017: 179).

### 3.3. Panel Eşbütünleşme Tahmin Yöntemleri

Ekonometrik analizlerde, değişkenler arasındaki uzun dönem ilişkiye ait katsayıları elde etmek için Ortalama Grup Tahmincisi (Mean Group Estimator-MGE) ve Tam Düzeltilmiş En Küçük Kareler (Fully Modified Ordinary Least Squares-FMOLS) yöntemi kullanılmaktadır. Bilindiği gibi Panel Dinamik En Küçük Kareler Yöntemi gibi tahmin yöntemleri sadece uzun dönem parametrelerini tahmin için kullanılmaktadır. MGE ve FMOLS tahmin yöntemleri hem uzun hem kısa dönem parametrelerinin tahmininde önemli bilgiler vermektedir (Tatoğlu, 2013: 243). Pedroni (2000) tarafından geliştirilen FMOLS tahmincileri heterojenliğin varlığı halinde daha büyük bir esnekliğe izin vermektedir (Pedroni, 2000: 93-130). FMOLS yöntemi, asimptotik endojeniteye ve serilerin korelasyon sorununa karşı geliştirilmiş bir tekniktir (Pedroni, 2001:3034). Pesaran ve Smith (1995) tarafından geliştirilen MGE yöntemi her birim için uzun dönem parametrelerinin ağırlıklı ortalamasının tahminine olanak sağlar. Bu yaklaşımın tutarlılığı ve geçerliliği için gerekli koşul yeterince büyük bir zaman serisine (T) sahip olmaktır. MGE yöntemi, uzun ve kısa vadede katsayıların değişimine ve heterojenliğe izin veren bir yöntemdir (Pesaran ve Smith, 1995: 79-113).

## 4. Ampirik Bulgular

### 4.1. Panel Birim Kök Testi Sonuçları

Çalışmada Türkiye'nin net göç hızı ve işsizlik oranı serilerinin birim kök testi sonuçları 26 Düzey 2 bölgesi bazında ayrı ayrı aşağıda gösterilmiştir.

Marmara bölgesinin alt bölgelerini oluşturan TR10 (İstanbul), TR21 (Tekirdağ, Edirne, Kırklareli), TR22 (Balıkesir, Çanakkale), TR41 ve TR42 Düzey 2 bölgeleri için panel birim kök testi sonuçları Tablo 2A1'de gösterilmiştir.

**Tablo 2A1. Marmara Bölgesi: TR10, TR21, TR22, TR41 VE TR42 Düzey 2 Bölgeleri Panel Birim Kök Testi Sonuçları**

	LLC		IPS	
	Sabitli	Trendli	Sabitli	Trendli
İşsizlik	-5.31551*** (0.0000)	0.91743 (0.8205)	-3.52445*** (0.0002)	-0.93390 (0.1752)
Göç	-1.12869 (0.1295)	2.37635 (0.9913)	-1.07183 (0.1419)	0.12304 (0.5490)
Δİşsizlik	-2.96913*** (0.0015)	-2.01607** (0.0219)	-2.96445*** (0.0015)	-1.37860* (0.0840)
Δgöç	-4.03817***	-0.76533	-3.14499***	-2.66009***

	(0.0000)	(0.2220)	(0.0008)	(0.0039)
--	----------	----------	----------	----------

Not: Parantez içinde olasılık değerleri verilmektedir. \*\*\*, \*\* ve \*, sırasıyla %1, %5 ve %10 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir. Marmara Bölgesi için sıfır hipotezi %1, %5 ve %10 anlam düzeyinde reddedilmiştir.

Ege bölgesinin alt bölgelerini oluşturan TR31 (İzmir), TR32 (Aydın, Denizli, Muğla), TR33 (Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak) Düzey 2 bölgeleri için panel birim kök testi sonuçları Tablo 2A2'de gösterilmiştir.

**Tablo 2A2. Ege Bölgesi: TR31, TR32 ve TR33 Düzey 2 Bölgeleri Panel Birim Kök Testi Sonuçları**

	LLC		IPS	
	Sabitli	Trendli	Sabitli	Trendli
İşsizlik	-8.42591*** (0.0000)	-2.50856*** (0.0061)	0.00685 (0.5027)	-0.91478 (0.1802)
Göç	-2.64437*** (0.0041)	-2.94476*** (0.0016)	-1.37676* (0.0843)	-1.24710 (0.1062)
Δişsizlik	-1.87243** (0.0306)	-2.21463** (0.0134)	-1.41575* (0.0784)	0.00685 (0.5027)
Δgöç	-4.57260*** (0.0000)	-3.74710*** (0.0001)	-3.14808*** (0.0008)	-0.94806 (0.1715)

Not: Parantez içinde olasılık değerleri verilmektedir. \*\*\*, \*\* ve \*, sırasıyla %1, %5 ve %10 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir. Ege Bölgesi için sıfır hipotezi %1, %5 ve %10 anlam düzeyinde reddedilmiştir.

Akdeniz Bölgesinin alt bölgelerini oluşturan TR61 (Antalya, Isparta, Burdur), TR62 (Adana, Mersin) ve TR63 (Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye) Düzey 2 bölgeleri için panel birim kök testi sonuçları Tablo 2A3'de gösterilmiştir.

**Tablo 2A3. Akdeniz Bölgesi: TR61, TR62 ve TR63 Düzey 2 Bölgeleri Panel Birim Kök Testi Sonuçları**

	LLC		IPS	
	Sabitli	Trendli	Sabitli	Trendli
İşsizlik	-2.56737 (0.3120)	-2.72083 (0.40110)	-2.72242 (0.40201)	-1.96621** (0.0246)
Göç	-1.18482 (0.1180)	-0.3922 (0.3474)	-0.63667 (0.2622)	-0.31097 (0.3779)
Δişsizlik	-3.73648*** (0.0001)	-3.73648*** (0.0001)	-2.33432*** (0.0098)	-0.99268 (0.1604)
Δgöç	-4.44643*** (0.0000)	-5.15122*** (0.0000)	-0.94356 (0.1727)	0.30531 (0.6199)

Not: Parantez içinde olasılık değerleri verilmektedir. \*\*\*, \*\* ve \*, sırasıyla %1 ve %5 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir. Akdeniz Bölgesi için sıfır hipotezi %1 ve %5 anlam düzeyinde reddedilmiştir.

İç Anadolu bölgesinin alt bölgelerini oluşturan TR51 (Ankara), TR52 (Konya, Karaman), TR71 (Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir), TR72 (Kayseri, Sivas, Yozgat) Düzey 2 bölgeleri için panel birim kök testi sonuçları Tablo 2A4'te gösterilmiştir.

**Tablo 2A4. İç Anadolu: TR51, TR52, TR71 ve TR72 Düzey 2 Bölgeleri Panel Birim Kök Testi Sonuçları**

	LLC		IPS	
	Sabitli	Trendli	Sabitli	Trendli
İşsizlik	-2.00614** 0.0224	4.00978 1.0000	-2.20768** 0.0136	0.23544 0.5931
Göç	0.83126 0.7971	1.0121 0.1215	0.83126 0.7971	0.75451 0.84135
Δişsizlik	-4.1225 0.0000***	-4.46260*** 0.0000	-1.89984** 0.0287	-0.87433 0.1910
Δgöç	-5.21245 0.0000***	-4.87464*** 0.0000	-3.89134*** 0.0000	-1.63170* 0.0514

Not: Parantez içinde olasılık değerleri verilmektedir. \*\*\*, \*\* ve \*, sırasıyla %1, %5 ve %10 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir. İç Anadolu Bölgesi için sıfır hipotezi %1, %5 ve %10 anlam düzeyinde reddedilmiştir.

Karadeniz Bölgesinin alt bölgelerini oluşturan Karadeniz: TR81 (Zonguldak, Karabük, Bartın), TR82 (Kastamonu, Çankırı, Sinop) TR83 (Samsun, Tokat, Çorum, Amasya), TR90 (Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane) Düzey 2 bölgeleri için Pedroni (1999, 2004) için panel birim kök testi sonuçları Tablo 2A5'te gösterilmiştir.



**Tablo 2A5. Karadeniz Bölgesi: TR81, TR82, TR83 ve TR90 Düzey 2 Bölgeleri Panel Birim Kök Testi Sonuçları**

	LLC		IPS	
	Sabitli	Trendli	Sabitli	Trendli
İşsizlik	-4.38985*** (0.0000)	-7.52611*** (0.0000)	-1.31627* (0.0940)	-0.74307 (0.2287)
Göç	0.12280 (0.5489)	3.53533 (0.9998)	-0.51331 (0.3039)	-0.96659 (0.166)
Δişsizlik	-6.13871*** (0.0000)	-5.90857*** (0.0000)	-2.97337*** (0.0015)	-1.51266* (0.0652)
Δgöç	-8.00248*** (0.0000)	-7.92320*** (0.0000)	-4.61605*** (0.0000)	-2.06372** (0.0195)

Not: Parantez içinde olasılık değerleri verilmektedir. \*\*\*, \*\* ve \*, sırasıyla %1, %5 ve %10 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir. Karadeniz Bölgesi için sıfır hipotezi, %1, %5 ve %10 anlam düzeyinde reddedilmiştir

Doğu Anadolu Bölgesinin alt bölgelerini oluşturan TRA1 (Erzurum, Erzincan, Bayburt), TRA2(Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan),TRB1 (Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli), TRB2 (Van, Muş, Bitlis, Hakkâri) Düzey 2 bölgeleri için panel birim kök testi sonuçları Tablo 2A6'da gösterilmiştir.

**Tablo 2A6. Doğu Anadolu Bölgesi: TRA1, TRA2, TRB1 ve TRB2 Panel Birim Kök Testi Sonuçları**

	LLC		IPS	
	Sabitli	Trendli	Sabitli	Trendli
İşsizlik	-5.99282*** (0.0000)	-1.42286* (0.0774)	-2.93008*** (0.0017)	0.19656 (0.5779)
Göç	1.31247 0.9053	4.17673 1.0000	-0.42198 0.3365	0.7242 (0.7655)
Δişsizlik	-4.01944*** (0.0000)	-4.81320*** (0.0000)	-2.93008*** (0.0017)	-1.40877 (0.0795)
Δgöç	-5.21686*** (0.0000)	-7.22810*** (0.0000)	4.2541*** 0.0000	4.26617*** 0.0000

Not: Parantez içinde olasılık değerleri verilmektedir. \*\*\*, \*\* ve \*, sırasıyla %1 ve %10 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir. Doğu Anadolu Bölgesi için sıfır hipotezi, %1 ve %10 anlam düzeyinde reddedilmiştir

Güneydoğu Anadolu Bölgesinin alt bölgelerini oluşturan TRC1 (Gaziantep, Adıyaman, Kilis) TRC2 (Şanlıurfa, Diyarbakır) TRC3 (Mardin, Batman, Şırnak, Siirt) Düzey 2 bölgeleri için panel birim kök testi sonuçları Tablo 2A7'da gösterilmiştir.

**Tablo 2A7. Güneydoğu Anadolu:TRC1, TRC2 veTRC3 Düzey 2 Bölgeleri Panel Birim Kök Testi Sonuçları**

	LLC		IPS	
	Sabitli	Trendli	Sabitli	Trendli
İşsizlik	-0.79189 (0.2142)	-2.39767*** (0.0082)	-0.04091 (0.4837)	-0.24542 (0.4031)
Göç	-0.80344 (0.2109)	-0.91247 (0.1808)	-0.28929 (0.3862)	0.16017 (0.5636)
Δişsizlik	-3.76320*** (0.0001)	-3.60129*** (0.0002)	-1.83786** (0.0330)	-3.20680*** (0.0007)
Δgöç	-3.48289*** (0.0002)	-3.02845*** (0.0012)	-1.59578* (0.0553)	3.122*** 0.0000

Not: Parantez içinde olasılık değerleri verilmektedir. \*\*\*, \*\* ve \*, sırasıyla %1, %5 ve %10 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi için sıfır hipotezi %1, %5 ve %10 anlam düzeyinde reddedilmiştir

Türkiye'nin 26 Düzey 2 bölgesine ait LLC ve IPS birim kök testi sonuçlarına göre, göç hızı serilerinin düzey değerinde birim kök içerdiğini göstermektedir. Net göç hızı serilerinin birinci farkı alındığında 26 Düzey 2 bölgesinin tamamında durağanlaşmaktadır. Dolayısıyla, göç serisinin durağanlık mertebesi Düzey 2 bölgelerinin tamamında I(1)'dir. İşsizlik oranı serisi ise iki test için farklılık göstererek bazı Düzey 2 bölgelerinde düzeyde durağan I(0), bazı Düzey 2 bölgelerinde ise farkı alındığında I(1) durağanlaşmaktadır. Ancak, her iki test sonucuna göre de serilerin farkı alındığında işsizlik serisi tüm Düzey 2 bölgelerinde durağan hale gelmektedir. Dolayısıyla, Düzey 2 bölgelerinin tamamında işsizlik serisinin durağanlık mertebesi göç serisi gibi I(1)'dir.

#### 4.2. Eşbütünlük Testi Sonuçları

Birim kök testi uygulandıktan sonra net göç hızı ve işsizlik oranı serileri arasındaki uzun dönemli ilişki olup olmadığı Pedroni (1999, 2004) eşbütünlük testi ile analiz edilmiştir.

Marmara bölgesinin alt bölgelerini oluşturan TR10 (İstanbul), TR21(Tekirdağ, Edirne, Kırklareli), TR22 (Balıkesir, Çanakkale), TR41 VE TR42 Düzey 2 bölgeleri için Pedroni (1999, 2004) panel eşbütünlüşme testi sonuçları Tablo 3B1’de gösterilmiştir.

**Tablo 3B1. Marmara Bölgesi: TR10, TR21, TR22, TR41 ve TR42 Düzey 2 Bölgeleri için Pedroni Panel Eşbütünlüşme Testi Sonuçları**

Test	Sabitli	Olasılık Değeri
Panel v-ist.	-0.696526	(0.7570)
Panel rho-ist.	-0.150532	(0.4402)
Panel pp-ist.	-1.302765*	(0.0963)
Panel adf-ist.	-4.280108***	(0.0000)
Grup rho-ist.	1.120774	(0.8688)
Grup pp-ist.	-0.335283	(0.3687)
Grup adf-ist.	-4.685715***	(0.0000)

Not: : Parantez içinde olasılık değerleri verilmektedir. \*\*\* ve \* sırasıyla %1 ve %10 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

TR10, TR21, TR22, TR41 ve TR42 Düzey 2 Bölgeleri için panel pp, panel adf ve grup adf istatistikleri sonuçlarına göre sıfır hipotezi reddedilmektedir. Panel v, panel rho, grup rho ve grup pp istatistiklerine göre ise sıfır hipotezi reddedilmemektedir. Dolayısıyla, TR10, TR21, TR22, TR41 ve TR42 Düzey 2 bölgelerinde net göç hızı ile işsizlik oranı arasında eşbütünlüşme ilişkisi olup olmadığı belirgin değildir.

Ege bölgesinin alt bölgelerini oluşturan TR31 (İzmir), TR32 (Aydın, Denizli, Muğla), TR33(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak) Düzey 2 bölgeleri için Pedroni (1999, 2004) panel eş-bütünlüşme testi sonuçları Tablo 3B2’de gösterilmiştir.

**Tablo 3B2. Ege Bölgesi: TR31, TR32 ve TR33 Düzey 2 Bölgeleri için Pedroni Panel Eşbütünlüşme Testi Sonuçları**

Test	Sabitli	Olasılık Değeri
Panel v-ist.	0.104789	( 0.4583)
Panel rho-ist.	-0.364040	(0.3579)
Panel pp-ist.	-1.842812**	(0.0327)
Panel adf-ist.	0.104789	(0.4583)
Grup rho-ist.	0.078315	(0.5312)
Grup pp-ist.	-2.528241***	( 0.0057)
Grup adf-ist.	-2.322334**	(0.0101)

Not: Parantez içinde olasılık değerleri verilmektedir. \*\*\* ve \*\*, sırasıyla %1 ve %5 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

TR31, TR32 ve TR33 Düzey 2 Bölgeleri için panel pp, grup pp ve grup adf istatistikleri sonuçlarına göre sıfır hipotezi reddedilmektedir. Diğer taraftan, panel v, Panel rho, Panel adf ve Grup rho istatistikleri sonuçlarına göre sıfır hipotezi reddedilmemektedir. Bu yüzden, TR31, TR32 ve TR33 Düzey 2 bölgelerinde net göç hızı ile işsizlik oranı arasında eşbütünlüşme ilişkisi olup olmadığı belirgin değildir.

Akdeniz Bölgesinin alt bölgelerini oluşturan TR61 (Antalya, Isparta, Burdur), TR62 (Adana, Mersin) ve TR63 (Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye) Düzey 2 bölgeleri için Pedroni (1999, 2004) panel eşbütünlüşme testi sonuçları Tablo 3B3’te gösterilmiştir.

**Tablo 3B3. Akdeniz Bölgesi: TR61, TR62 veTR63 Düzey 2 Bölgeleri Pedroni Eşbütünlüşme Testi Sonuçları**

Test	Sabitli	Olasılık Değeri
Panel v-ist.	-1.041633	(0.8512)

Panel rho-ist.	-1.417689*	(0.0781)
Panel pp-ist.	-1.859142**	(0.0315)
Panel adf-ist.	-1.749762**	(0.0401)
Grup rho-ist.	0.132660	(0.5528)
Grup pp-ist.	-1.570335*	(0.0582)
Grup adf-ist.	-3.200167***	(0.0007)

Not: Parantez içinde olasılık değerleri verilmektedir. \*\*\*, \*\* ve \* sırasıyla %1, %5 ve %10 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Panel eşbütünlük testi sonuçlarına göre; TR61, TR62 ve TR63 Düzey 2 bölgeleri için eşbütünlük olmadığını ifade eden sıfır hipotezi panel rho, panel pp, panel adf, grup pp ve grup adf istatistikleri tarafından reddedilmektedir. Homojen paneller için kullanılan panel istatistiği ve heterojen paneller için kullanılan grup istatistiklerinin birçoğu sıfır hipotezini reddetmektedir. Dolayısıyla, Akdeniz bölgesini oluşturan alt bölgelerin tamamında net göç hızı ile işsizlik oranı arasında uzun dönemli ilişkinin mevcut olduğu anlaşılmaktadır.

İç Anadolu bölgesinin alt bölgelerini oluşturan TR51 (Ankara), TR52 (Konya, Karaman), TR71 (Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir), TR72 (Kayseri, Sivas, Yozgat) Düzey 2 bölgeleri için Pedroni (1999, 2004) panel eşbütünlük testi sonuçları Tablo 3B4'te gösterilmiştir.

**Tablo 3B4. İç Anadolu: TR51, TR52, TR71 ve TR72 Düzey 2 Bölgeleri Pedroni Panel Eşbütünlük Testi Sonuçları**

Test	Sabitli	Olasılık Değeri
Panel v-ist.	-1.266536	(0.8973)
Panel rho-ist.	1.186327	(0.8823)
Panel pp-ist.	1.725041	(0.9577)
Panel adf-ist.	2.223662	(0.9869)
Grup rho-ist.	2.499580	(0.9938)
Grup pp-ist.	2.705412	(0.9966)
Grup adf-ist.	3.423667	(0.9997)

Not: Parantez içinde olasılık değerleri verilmektedir.

TR51, TR52, TR71 ve TR72 Düzey 2 Bölgeleri için panel pp, panel adf, grup pp ve grup adf istatistikleri sonuçlarına göre sıfır hipotezi reddedilmemektedir. Bu nedenle, TR51, TR52, TR71 ve TR72 Düzey 2 bölgelerinde net göç hızı ile işsizlik oranı arasında uzun dönemli ilişki bulunmamaktadır.

Karadeniz Bölgesinin alt bölgelerini oluşturan TR81 (Zonguldak, Karabük, Bartın), TR82 (Kastamonu, Çankırı, Sinop) TR83 (Samsun, Tokat, Çorum, Amasya), TR90 (Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane) Düzey 2 bölgeleri için Pedroni (1999, 2004) panel eşbütünlük testi sonuçları Tablo 3B5'te gösterilmiştir.

**Tablo 3B5. Karadeniz Bölgesi: TR81, TR82, TR83 ve TR90 Düzey 2 Bölgeleri Pedroni Panel Eşbütünlük Testi Sonuçları**

Test	Sabitli	Olasılık Değeri
Panel v-ist.	-1.441797	(0.9253)
Panel rho-ist.	0.955290	(0.8303)
Panel pp-ist.	1.353884	(0.9121)
Panel adf-ist.	1.894930	(0.9709)
Grup rho-ist.	2.451614	(0.9929)
Grup pp-ist.	2.163087	(0.9847)
Grup adf-ist.	2.441369	(0.9927)

Not: Parantez içinde olasılık değerleri verilmektedir.

TR81, TR82, TR83 ve TR90 Düzey 2 bölgeleri için panel pp, panel adf, grup pp ve grup adf istatistikleri sonuçlarına göre sıfır hipotezi reddedilmemektedir. Bu nedenle, TR81, TR82, TR83 ve TR90 Düzey 2 bölgelerinde net göç hızı ile işsizlik oranı arasında uzun dönemli ilişki bulunmamaktadır.

Doğu Anadolu Bölgesinin alt bölgelerini oluşturan TRA1 (Erzurum, Erzincan, Bayburt), TRA2 (Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan), TRB1 (Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli), TRB2 (Van, Muş, Bitlis, Hakkâri) Düzey 2 bölgeleri için Pedroni (1999, 2004) panel eşbütünlük testi sonuçları Tablo 3B6'da gösterilmiştir.

**Tablo 3B6. Doğu Anadolu Bölgesi: TRA1, TRA2, TRB1 ve TRB2 Düzey 2 Bölgeleri Pedroni Panel Eşbütünlük Testi Sonuçları**

Test	Sabitli	Olasılık Değeri
Panel v-ist.	-1.218302	(0.8884)
Panel rho-ist.	-4.857667***	(0.0000)
Panel pp-ist.	-3.199380***	(0.0007)
Panel adf-ist.	0.780580	(0.7825)
Grup rho-ist.	-0.206874	(0.4181)
Grup pp-ist.	-0.474877	(0.3174)
Grup adf-ist.	0.133850	(0.5532)

Not: Parantez içinde olasılık değerleri verilmektedir. \*\*\*, %1 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

TRA1, TRA2, TRB1 ve TRB2 Düzey 2 bölgeleri için hem panel hem de grup istatistiklerine göre sıfır hipotezi reddedilmemektedir. Bu yüzden bu dört Düzey 2 bölgesinde net göç hızı ile işsizlik oranı arasında uzun dönemli ilişki bulunmamaktadır.

Güneydoğu Anadolu Bölgesinin alt bölgelerini oluşturan TRC1 (Gaziantep, Adıyaman, Kilis), TRC2 (Şanlıurfa, Diyarbakır) TRC3 (Mardin, Batman, Şırnak, Siirt) Düzey 2 bölgeleri için Pedroni (1999, 2004) panel eşbütünlük testi sonuçları Tablo 3B7'de gösterilmiştir.

**Tablo 3B7. Güneydoğu Anadolu Bölgesi: TRC1, TRC2 ve TRC3 Düzey 2 Bölgeleri Pedroni Panel Eşbütünlük Testi Sonuçları**

Test	Sabitli	Olasılık Değeri
Panel v-ist.	-1.627888	(0.9482)
Panel rho-ist.	1.317668	(0.9062)
Panel pp-ist.	-0.050309	(0.4799)
Panel adf-ist.	-2.178893**	(0.0147)
Grup rho-ist.	1.591132	(0.9442)
Grup pp-ist.	-0.066121	(0.4736)
Grup adf-ist.	-1.584334*	(0.0566)

Not: Parantez içinde olasılık değerleri verilmektedir. \*\* ve \*, sırasıyla %5 ve %10 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Güneydoğu Anadolu Bölgesinin alt bölgelerini oluşturan TRC1 (Gaziantep, Adıyaman, Kilis), TRC2 (Şanlıurfa, Diyarbakır), TRC3 (Mardin, Batman, Şırnak, Siirt) Düzey 2 bölgeleri için Pedroni (1999, 2004) panel eşbütünlük testi sonuçları Tablo 3B7'de gösterilmiştir. TRC1, TRC2 ve TRC3 Düzey 2 bölgeleri için panel pp, panel adf, grup pp ve grup adf istatistikleri sonuçlarına göre sıfır hipotezi reddedilmemektedir. Bu nedenle, TRC1, TRC2 ve TRC3 Düzey 2 bölgelerinde net göç hızı ile işsizlik oranı arasında uzun dönemli ilişki bulunmamaktadır.

Pedroni eşbütünlük testi sonuçlarına göre; Akdeniz Bölgesinin tamamında (TR61, TR62 ve TR63 Düzey 2 bölgeleri) net göç hızı ve işsizlik oranı arasında uzun dönemli ilişki mevcuttur. Buna karşın, Marmara, Ege, Doğu Anadolu, Güneydoğu Anadolu, Karadeniz ve İç Anadolu Bölgeleri kapsamındaki Düzey 2 bölgelerinin tamamında (toplam 23 alt bölge) net göç hızı ve işsizlik oranı arasında uzun dönemli ilişki bulunmamaktadır.

Net göç hızı ile işsizlik oranı arasındaki uzun dönem ilişkisinin varlığı Pedroni eşbütünlük testinden sonra otokorelasyon sorununu dikkate alan Panel CUSUM eşbütünlük testi ile de sınanmıştır. Panel CUSUM eşbütünlük testi sonuçları Tablo 4'te gösterilmiştir.

**Tablo 4. FMOLS'ye Dayalı Panel CUSUM Eşbütünleşme Testi Sonuçları**

Marmara Bölgesi: TR10, TR21, TR22, TR41 ve TR42 Düzey 2 Bölgeleri		
İşsizlik	CUSUM	0.956***
	Olasılık Değeri	(0.170)
Ege Bölgesi: TR31, TR32 ve TR33 Düzey 2 Bölgeleri		
İşsizlik	CUSUM	0.239***
	Olasılık Değeri	(0.405)
İç Anadolu Bölgesi: TR51, TR52, TR71 ve TR72 Düzey 2 Bölgeleri		
İşsizlik	CUSUM	1.313*
	Olasılık Değeri	(0.095)
Akdeniz Düzey 2 Bölgeleri: TRA1, TRA2, TRB1 ve TRB2 Düzey 2 Bölgeleri		
İşsizlik	CUSUM	-0.610***
	Olasılık Değeri	(0.729)
Karadeniz Bölgesi: TR81, TR82, TR83 ve TR90 Düzey 2 Bölgeleri		
İşsizlik	CUSUM	0.286***
	Olasılık Değeri	(0.387)
Doğu Anadolu Bölgesi: TRA1, TRA2, TRB1 ve TRB2 Düzey 2 Bölgeleri		
İşsizlik	CUSUM	1.676*
	Olasılık Değeri	(0.081)
Güneydoğu Anadolu Bölgesi: TRC1, TRC2 ve TRC3 Düzey 2 Bölgeleri		
İşsizlik	CUSUM	4.001
	Olasılık Değeri	(0.000)

Not: CUSUM, t-istatistik değerini ifade etmektedir. Parantez içinde olasılık değerleri verilmektedir. \*\*\*, \*\* ve \* sırasıyla %1, %5 ve %10 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 4'te eşbütünleşme ilişkisini varlığı,  $H_0$  hipotezi değiştirilerek Panel CUSUM testi ile tekrar sınanmıştır. Panel CUSUM eşbütünleşme testi sonuçlarına göre, " $H_0$ : Eşbütünleşme vardır" hipotezi reddedilmemektedir. Tablo 4'te FMOLS'ye dayalı panel CUSUM testi sonuçları yorumlandığında; Marmara, Ege, Akdeniz, İç Anadolu, Karadeniz ve Doğu Anadolu Bölgelerinin alt bölgelerinde net göç hızı ile işsizlik oranı arasında uzun dönemli ilişki olduğu görülmektedir. Test sonuçları iki değişken arasında Güneydoğu Anadolu Bölgesi için eşbütünleşme ilişkisi olmadığını göstermektedir. Panel CUSUM eşbütünleşme testi sonuçları, sadece Akdeniz ve İç Anadolu Bölgeleri hariç Pedroni testi sonuçları ile tutarlılık göstermektedir. Panel CUSUM testi otokorelasyon sorununu dikkate aldığı için Pedroni testinden daha güçlüdür. Bu yüzden FMOLS'ye dayalı panel CUSUM eşbütünleşme testi sonuçları çalışmada dikkate alınmıştır.

### 4.3. MGE ve FMOLS Tahmin Sonuçları

Son olarak, net göç hızı ile işsizlik oranı arasındaki ilişkinin yönünü tespit edebilmek için panel MGE ve FMOLS tahmincileri kullanılmıştır.

**Tablo 5C1. Marmara Bölgesi: TR10, TR21, TR22, TR41 VE TR42 Düzey 2 Bölgeleri MGE Tahmincisi Sonuçları**

Düzey 2 Bölgeleri		Katsayı	Std. Hata	Olasılık Değeri
TR21 (Tekirdağ, Edirne, Kırklareli)	Kısa	-0.272045***	.0880993	(0.002)
	ECT	-0.1439301***	.0549485	(0.009)
TR22 (Balıkesir, Çanakkale)	Kısa	-0.0081782	.0743509	(0.912)
	ECT	-0.0253353	.0715702	(0.723)
TR42 (Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova)	Kısa	-0.334633**	.1483689	(0.024)
	ECT	-0.2116923**	.0894375	(0.018)
TR10 (İstanbul)	Kısa	.0308541	.1900031	(0.871)
	ECT	-0.001979	.12064	(0.987)
TR41 (Bursa, Eskişehir, Bilecik)	Kısa	-0.7081965***	.0725962	(0.000)
	ECT	-0.603662***	.081323	(0.000)
Panel		1.465107***	.270610	(0.000)

Not: ECT hata düzeltme katsayısını ifade etmektedir. \*\*\* ve \*\*, sırasıyla %1 ve %5 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Marmara Bölgesi için panel MGE tahmincisinin Tablo 5C1'deki sonuçlarına göre, TR21 alt bölgesi için hata düzeltme katsayısı istatistiksel olarak anlamlı ve negatif işaretlidir. Dolayısıyla, bu alt bölge için kısa dönemde meydana gelen şoklar uzun dönemde tekrar dengelenecektir. Ayrıca, göç hızı serisi anlamlı ve negatif işaretlidir. Bu sonuç, TR21 alt bölgesine göç yapıldığında işsizlik oranının azaldığını ifade etmektedir. Benzer sonuç TR41 ve TR42 alt bölgeleri için de geçerlidir. Bu yüzden, bu üç alt bölgede bölge içerisine yapılan göçler işsizliği azaltmaktadır. TR10 ve TR22 Düzey 2 bölgelerinde ise göç hızı ile işsizlik oranı arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Marmara Bölgesinin tamamı için MGE tahmincisi sonuçlarına göre hem kısa dönemde net göç hızı ile işsizlik arasındaki ilişki kısa dönemde anlamlı ve pozitifdir. Bu sonuç, bölge genelinde net göç hızındaki artışların işsizlik oranını artırdığı şeklinde yorumlanabilir. TR21 (Tekirdağ, Edirne, Kırklareli), TR41 (Bursa, Eskişehir, Bilecik) ve TR42 (Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) sanayileşmiş Düzey 2 bölgelerinde göçle gelen işgücü istihdam olanağı bulmakta sonuçta bu alt bölgelerde işsizlik oranı azalmaktadır. Bununla birlikte, Marmara Bölgesinin geneli açısından göçle gelen işgücünün istihdam edilebilirliklerinin düşük oluşu, göçle birlikte işsizlik oranının kısa dönemde yükselmesine neden olabilir. Ayrıca, sanayi ve hizmetler sektörünün yoğun olduğu Marmara Bölgesinin göç kararının verilmesinde ekonomik nedenlerin çekici bir güç oluşturduğunu göstermektedir. Bölgede net göç hızının yüksek oluşu ve işgücü oranındaki artış istihdamı baskı altına alarak kısa dönemde işsizlik oranının düşmesine engel olmaktadır.

**Tablo 5C2. Ege Bölgesi: TR31, TR32 ve TR33 Düzey 2 Bölgeleri MGE Tahmincisi Sonuçları**

		Katsayı	Std.Hata	Olasılık Değeri
TR32 (Aydın, Denizli, Muğla)	Kısa	-.156857	.10361	(0.130)
	ECT	-.301774	.18973	(0.112)
TR33 (Balıkesir, Çanakkale)	Kısa	-.01403	.18564	(0.940)
	ECT	-.4111*	.24577	(0.094)
TR31 (İzmir)	Kısa	-.055578	.13554	(0.682)
	ECT	-1.32513***	.22373	(0.000)
Panel		-.026045	.1279	(0.839)

Not: ECT hata düzeltme katsayısını ifade etmektedir. \*\*\* ve \*, sırasıyla %1 ve %10 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Ege bölgesi için Tablo 5C2'deki MGE tahmincisi sonuçlarına göre, hata düzeltme katsayısı TR31 ve TR33 alt bölgelerinde sırasıyla %1 ve %10 düzeyinde anlamlıdır. Ancak, göç hızı serisine ait katsayı her üç alt bölge için de anlamsızdır. Ayrıca, Ege bölgesinin geneli için göç hızı ile işsizlik oranı serisi arasındaki ilişki de anlamsızdır. Bu sonuç, Ege Bölgesinde net göç hızındaki artışların kısa dönemde işsizlik oranını etkilemediği olarak yorumlanabilir.

**Tablo 5C3. Akdeniz Bölgesi: TR61, TR62 ve TR63 Düzey 2 Bölgeleri MGE Tahmincisi Sonuçları**

		Katsayı	Std.Hata	Olasılık Değeri
TR61 (Antalya, Isparta, Burdur)	Kısa	0.0320558**	0.012542	(0.012)
	ECT	-0.2575494***	0.0787769	(0.001)
TR62 (Adana, Mersin)	Kısa	.8175384**	.3422367	(0.017)
	ECT	-.429750**	.1953874	(0.028)
TR63 (Hatay, K. Maraş, Osmaniye)	Kısa	-.351669	.3402988	(0.301)
	ECT	-.805349***	.2853175	(0.005)
Panel		.6709168*	.370023	(0.0708)

Not: ECT hata düzeltme katsayısını ifade etmektedir. \*\*\*, \*\* ve \*, sırasıyla %1, %5 ve %10 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 5C3'te Akdeniz Bölgesinde TR61 alt bölgesi için hata düzeltme katsayısı istatistiksel olarak anlamlı ve negatif işaretlidir. Dolayısıyla, kısa dönemde meydana gelen şoklar uzun dönemde ortadan kalkacaktır. Göç serisi kısa dönemde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif işaretlidir. Bu sonuç, TR61 alt bölgesine doğru göç oranında artış meydana geldiğinde bu alt bölgede işsizliğin de arttığını ifade etmektedir. Dolayısıyla, iki değişken arasında kısa dönemde anlamlı ilişki bulunmaktadır. TR62 alt bölgesinde de hata düzeltme katsayısı istatistiksel olarak anlamlı ve negatif işaretlidir. Ayrıca, göç serisi kısa dönemde anlamlı ve pozitifdir. Bu yüzden, TR62 alt bölgesinde de göç hızı ile işsizlik oranı arasında TR61 alt bölgesine benzer bir ilişki bulunmaktadır. TR62 alt bölgesinde de bu alt bölgeye yapılan göçler işsizlik oranını arttırmaktadır. TR63 alt bölgesinde ise göç hızı ile işsizlik oranı arasında kısa dönemli ilişki tespit edilememiştir.

Akdeniz Bölgesinin tamamı için göç ve işsizlik değişkenleri arasında kısa dönemde anlamlı ve pozitif ilişki bulunmaktadır. MGE tahmincisi sonuçlarına göre, kısa dönemde göçlerin Akdeniz Bölgesinin genelinde işsizliği artırdığını göstermektedir. Akdeniz Bölgesi sahip olduğu ekonomik ve sosyal olanaklar nedeniyle göç açısından bir çekim merkezi konumunda oluşu işgücünün oransal olarak bu bölgede yoğunlaşmasına neden olmaktadır. TÜİK 2018 işsizlik oranı verilerine göre Akdeniz Bölgesi (%12.2), Güneydoğu Anadolu (%18.1) ve Ortadoğu Anadolu (%14.8) Bölgelerinden sonra işsizlik oranının en yüksek olduğu bölgedir. Buna paralel olarak bölgeye doğru gerçekleşen göç hareketlerindeki artış işsizlik oranının da yükselmesine neden olmaktadır.

**Tablo 5C4. İç Anadolu: TR51, TR52, TR71 ve TR72 Düzey 2 Bölgeleri MGE Tahmincisi Sonuçları**

		Katsayı	Std.Hata	Olasılık Değeri.
TR52 (Konya, Karaman)	Kısa	.111014	.09324	(0.234)

		Katsayı	Std.Hata	Olasılık Değeri
TR71 (Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir)	ECT	-.30142**	.12625	(0.017)
	Kısa	.1039593	.11736	(0.376)
TR72 (Kayseri, Sivas, Yozgat)	ECT	-.45342	.280722	(0.106)
	Kısa	.116242	.158783	(0.464)
TR51 (Ankara)	ECT	-.49789*	.296822	(0.093)
	Kısa	.086568	.11442	(0.449)
Panel	ECT	-.633667**	.280321	(0.024)
	Kısa	-.022752	.17544	(0.897)

Not: ECT hata düzeltme katsayısını ifade etmektedir. \*\*\*, \*\* ve \*, sırasıyla %1 ve %5 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 5C4'te İç Anadolu Bölgesi için MGE sonuçları ise dört alt bölgede de göç hızı ile işsizlik oranı arasında kısa dönemli ilişkinin anlamsız olduğunu göstermektedir. Ayrıca, İç Anadolu Bölgesinin genelinde de bu sonuç geçerlidir.

**Tablo 5C5. Karadeniz Bölgesi: TR81, TR82, TR83 ve TR90 Düzey 2 Bölgeleri MGE Tahmircisi Sonuçları**

		Katsayı	Std.Hata	Olasılık Değeri
TR81 (Zonguldak, Karabük, Bartın)	Kısa	-.080896	.09835	(0.411)
	ECT	-.96833***	.30449	(0.001)
TR82 (Kastamonu, Çankırı, Sinop)	Kısa	-.03546	.03381	(0.294)
	ECT	-.45913*	.27125	(0.091)
TR83 (Samsun, Tokat, Çorum, Amasya)	Kısa	-.08418	.05317	(0.113)
	ECT	-.96281***	.26742	(0.000)
TR90 (Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane)	Kısa	.01782	.019809	(0.368)
	ECT	-.23689	.19699	(0.229)
Panel		.0889806*	.048709	(0.068)

Not: ECT hata düzeltme katsayısını ifade etmektedir. \*\*\* ve \*, sırasıyla %1 ve %10 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 5C5'te Karadeniz Bölgesinin dört Düzey 2 Bölgesinde göç serisine ilişkin katsayı anlamsızdır. Karadeniz Bölgesinin genelinde ise göç hızı katsayısı %10 önem düzeyinde anlamlı ve pozitif işaretlidir. Bu sonuca göre, Karadeniz Bölgesine yapılan göçler kısa dönemde işsizliği arttırmaktadır. Karadeniz Bölgesi sürekli göç veren bölge olmasına rağmen, TÜİK verilerine göre net göç hızı 2018 yılında yaklaşık ‰ 22 olarak gerçekleşmiştir. Bölgenin son yıllarda göç alan bir bölge konumuna geçmesi işsizlik oranlarına da yansımış ve 2017 yılında %5.6 olan işsizlik oranı 2018 yılında artış göstererek %6.35 olarak gerçekleşmiştir. Bu durum, bölgeye doğru göç hareketlerindeki artışların uygun istihdam olanakları oluşturulmaması halinde bölge genelinde işsizlik oranını artacağı yönünde değerlendirilebilir.

**Tablo 5C6. Doğu Anadolu Bölgesi: TRA1, TRA2, TRB1 ve TRB2 Düzey 2 Bölgeleri MGE Tahmircisi Sonuçları**

		Katsayı	Std.Hata	Olasılık Değeri
TRA1 (Erzurum, Erzincan, Bayburt)	Kısa	.112369***	.036040	(0.002)
	ECT	-1.1738***	.26195	(0.000)
TRA2 (Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan)	Kısa	.211075**	.09120	(0.021)
	ECT	-.159317	.17032	(0.350)
TRB1 (Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli)	Kısa	.04263	.12512	(0.733)
	ECT	-.29092	.1908	(0.127)
TRB2 (Van, Muş, Bitlis, Hakkâri)	Kısa	.11413	.11871	(0.336)
	ECT	-.22432	.42158	(0.595)
Panel		.1473848***	.0558128	(0.008)

Not: ECT hata düzeltme katsayısını ifade etmektedir. \*\*\* ve \*\*, sırasıyla %1 ve %5 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 5C6'da Doğu Anadolu Bölgesi için MGE tahmircisi sonuçlarına göre, TRA1 ve TRA2 Düzey 2 bölgeleri için hata düzeltme katsayısı istatistiksel olarak anlamlı ve negatiftir. Ayrıca, göç hızı serisi anlamlı ve pozitifdir. Bu yüzden, TRA1 ve TRA2 Düzey 2 bölgelerine göç arttıkça işsizlikte artış göstermektedir. Ayrıca, Doğu Anadolu Bölgesinin geneli için ise göç hızı serisi anlamlı ve pozitifdir. Bu sonuca göre, Doğu Anadolu Bölgesine doğru göç arttıkça bu bölgede işsizlik oranı da artmaktadır. TRA1 ve TRA2 Düzey 2 bölgelerinin oluşturduğu Kuzeydoğu Anadolu Bölgesinin ortalama net göç hızının 2008-2018 döneminde -‰018, işsizlik oranının ortalama %6.5 ve istihdam oranının ortalama %48 olduğu göz önüne alındığında, gelecek yıllarda bölgeye yapılacak muhtemel göç hareketlerinin işsizlik oranına yukarı yönlü ivme kazandıracağı söylenebilir.

**Tablo 5C7. Güneydoğu Anadolu Bölgesi: TRC1, TRC2 ve TRC3 Düzey 2 Bölgeleri MGE Tahmircisi Sonuçları**

		Katsayı	Std.Hata	Olasılık Değeri
TRC1 (Gaziantep, Adıyaman, Kilis)	Kısa	.7871874	.8123789	(0.333)

	ECT	-.3935463*	.2227849	(0.077)
TRC2 (Şanlıurfa, Diyarbakır)	Kısa	1.95978***	.557634	(0.000)
	ECT	-.864931***	.2246329	(0.000)
TRC3 (Mardin, Batman, Şırnak, Siirt)	Kısa	-.233206	.19471	(0.231)
	ECT	-.03515	.10089	(0.727)
Panel		1.775648*	.9709166	(0.073)

Not: ECT hata düzeltme katsayısını ifade etmektedir. \*\*\* ve \*, sırasıyla %1 ve %10 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 5C7'de Güneydoğu Anadolu Bölgesi için MGE tahmincisi sonuçları, TRC2 alt bölgesi için anlamlı sonuçlar vermektedir. Hata düzeltme katsayısı bu alt bölge için anlamlı ve negatif işaretlidir. Bu yüzden, kısa dönemde bir çok meydana geldiğinde uzun dönemde bu şokun etkisi giderilmektedir. Ayrıca, göç hızı serisi kısa dönemde anlamlı ve pozitif işaretlidir. Bu sonuca göre, TRC2 alt bölgesine yapılan göçlerde artış yaşanırsa işsizlik artmaktadır. Güneydoğu Anadolu Bölgesinin geneli için de bu sonuç geçerlidir. Dolayısıyla, Güneydoğu Anadolu Bölgesine yapılan göçler bu bölgede işsizliği de arttırmaktadır.

TRC2 alt bölgesine yapılan göçlerde artış yaşanırsa işsizlik artmaktadır. Çünkü TC2 Düzey 2 bölgesi, 2008-2018 dönemindeki ortalama -%8.4 net göç hızı ve aynı dönemde ortalama %21 işsizlik oranıyla Güneydoğu Anadolu Bölgesinin net göç hızı ve işsizlik oranı en yüksek alt bölgesidir. TRC3 bölgesinde iş olanaklarının sınırlı oluşu göçle gelen nüfusun tarım dışı sektörlerde istihdam edilebilirliğini olanaksız kılmaktadır. Güneydoğu Anadolu Bölgesinin geneli için de bu sonuç geçerlidir. Dolayısıyla, Güneydoğu Anadolu Bölgesine gelecek yıllarda yapılacak göç hareketlerinin bu bölgede işsizliği artıracığı yönünde değerlendirme yapılabilir.

MGE tahmincisi ile bölge ölçeğinde ve Düzey 2 bölgeleri için elde edilen sonuçlar farklılık göstermekle birlikte ulusal ve uluslararası literatürdeki benzer çalışmalarla örtüşmektedir. Marmara, Akdeniz, Karadeniz, Doğu Anadolu (TRA1 ve TRA2 Düzey 2 bölgeleri dahil) ve Güneydoğu Anadolu (TRC2 Düzey 2 bölgesi dahil) Bölgelerinin geneli için elde edilen sonuçlar kısa dönemde göçle birlikte işsizlik oranında artış yaşandığını göstermektedir. Bulgular, uluslararası literatürde Pope ve Withers (1993)'in Avustralya, Fromentin (2013)'in Fransa, ulusal literatürde Bahar ve Bingöl (2010), Çelik ve Aslan (2018) gibi yazarların Türkiye için yapmış olduğu çalışmalardan elde edilen sonuçlarla örtüşmektedir. İç Anadolu bölgesi için göç hızı ile işsizlik oranı arasında kısa dönemli ilişkinin anlamsız olması Özdemir (2018)'in çalışmasından elde ettiği sonuçlarla örtüşmektedir. MGE tahmincisi sonuçlarının güçlülüğünü test etmek için yapılan FMOLS testi sonuçları Tablo 6'da gösterilmiştir.

**Tablo 6. Düzey 2 Bölgeleri için Panel Eşbütünleşme FMOLS Tahmin Sonuçları**

Bölgeler	Katsayı	t-istatistiği
Marmara (TR10, TR21, TR22, TR41 VE TR42 Düzey 2 Bölgeleri)	-0.006957*	-0.09881
Ege (TR31, TR32 ve TR33 Düzey 2 Bölgeleri)	-0.35105***	-2.56882
Akdeniz (TR61, TR62 ve TR63 Düzey 2 Bölgeleri)	0.310112**	1.996754
İç Anadolu (TR51, TR52, TR71 ve TR72 Düzey 2 Bölgeleri)	0.066066	0.822292
Karadeniz (TR81, TR82, TR83 ve TR90 Düzey 2 Bölgeleri)	-0.009183	-0.594368
Doğu Anadolu (TRA1, TRA2, TRB1 ve TRB2 Düzey 2 Bölgeleri)	0.074116	0.755580
Güneydoğu Anadolu (TRC1, TRC2 ve TRC3 Düzey 2 Bölgeleri)	0.004252	0.012745

Not: \*\*\*, \*\* ve \*, sırasıyla %1, %5 ve %10 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir. Kritik değerler sırasıyla %1, %5 ve %10 önem düzeyinde 2.54, 1.96 ve 1.57'dir.

FMOLS testi sonuçlarına göre, göç hızı serisine ait katsayı Marmara ve Ege Bölgesinde anlamlı ve negatif işaretlidir. Dolayısıyla, Marmara ve Ege Bölgesinde bu iki bölgeye yapılan göçler uzun dönemde işsizliği azaltmaktadır. Akdeniz Bölgesi için ise göç hızı serisine ait katsayı anlamlı ve pozitif işaretlidir. Buna göre Akdeniz Bölgesinde uzun dönemde net göç hızı arttıkça işsizlik de artış göstermektedir.

### Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışmada 2008-2018 döneminde net göç hızı ile işsizlik oranı arasında ilişki olup olmadığı Türkiye'nin 26 Düzey 2 bölgesi kapsamında analiz edilmiştir. Genel bir değerlendirme yapıldığında göç ve işsizlik oranları arasındaki ilişki hem bölgelerin geneli hem de Düzey 2 bölgeleri açısından farklılıklar göstermektedir. Bununla birlikte, Marmara, Akdeniz, Karadeniz, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinin tamamında bölge genelinde kısa dönemde net göç hızı arttığında işsizlik oranı da artmaktadır. Ancak, bu bölgelerin Düzey 2 bölgeleri açısından göç ve işsizlik oranı ilişkisi dahil oldukları bölgeler için elde edilen sonuçlarla kimi bölgede paralel kimi bölgede tam tersi yöndedir. Bu kapsamda, Marmara Bölgesinin TR21, TR41, TR42 Düzey 2 bölgeleri ve Akdeniz Bölgesinin TR61 ve TR62 Düzey 2 Bölgeleri için elde edilen bulgular, her iki bölgenin geneli için elde edilen sonuçlarla tamamen ters yönlüdür. Yani bu Düzey 2 bölgelerinde bölge



genelinin aksine net göç hızı arttığında işsizlik azalmaktadır. Düzey 2 bölgeleri arasında sadece Doğu (TRA1 ve TRA2) ve Güneydoğu Anadolu (TRC2) Bölgeleri açısından kısa dönem göç ve işsizlik ilişkisi bu bölgelerin geneli için elde edilen sonuçlarla paralellik göstermektedir. Bu iki bölgeden batıya doğru gidildiğinde tarım dışı faaliyetlerin yoğunlaştığı bölgeler ve bu bölgelerin farklı gelişmişlik düzeyine sahip Düzey 2 bölgelerinde kısa dönemde göç dalgalarıyla gelen işgücü işsizlik oranını düşürmektedir. Uzun dönemde Marmara ve Ege Bölgesi gibi sanayi ve hizmet sektörlerinin yoğun olduğu bölgelerde net göç hızındaki artışlar kısa dönemin tersine işsizlik oranını aşağı çekmektedir. Akdeniz Bölgesi için tam tersine net göç hızındaki artış işsizlik oranında artış yaratmaktadır. Karadeniz, İç Anadolu, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri açısından işsizlik ve net göç hızı arasında uzun dönemde anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Çalışmanın sonuçları Türkiye’de bölgelerarası gelişmişlik farklarıyla birlikte, bölgelerin nüfusu itici ve çekici faktörlerine bağlı olarak gerçekleşen iç göç olgusunun çoğunlukla işsizlik oranı üzerinde yukarı yönlü bir baskı yarattığını göstermektedir. Türkiye’de iç göç hareketleri tarım faaliyetlerinin yoğun olduğu bölgelerden sanayi ve hizmetler sektörlerinin yoğun olduğu bölgelere doğru hareket etmektedir. Sektörlerarası ücret farklılıklarının yüksek olduğu bölgelere hareket eden işgücünün bu bölgelerde yoğunlaşması istihdam üzerinde baskı yaratarak işsizlik oranını olumsuz yönde etkilemektedir. Bölgeler açısından kısa dönem sonuçları değerlendirildiğinde genelde göç ve işsizlik oranlarının aynı yönde hareket ettiği görülmektedir. Göç ve işsizlik sorunlarının çözümünde kentsel kalkınma programları yerine kırsal kalkınma programlarının aktif bir şekilde uygulanması gerekmektedir. Bunun yanı sıra, kırsal alandan gerçekleşen göçün işsizlik dahil diğer makro ekonomik göstergeler üzerindeki etkilerinin hafifletilmesinde bölgeler arasında gelir olanakları, sağlık ve eğitim hizmetlerine erişim, kadınların istihdam edilebilirlik düzeyi gibi alanlardaki farklılıkların giderilmesi öncelikli politika uygulamaları olmalıdır.

### Kaynakça

- Akbaş, Y. E., ve Şentürk, M. (2013). MENA Ülkelerinde elektrik tüketimi ile ekonomik büyüme arasındaki karşılıklı ilişkinin analizi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (41), 45-67.
- Aktaş, E., ve Şahin, A. (2019). Harris-Todaro göç modeli: Türkiye örneği. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(1), 222-234.
- Aşkın, E. Ö., Yayar, R., ve Oktay, Z. (2013). Kırsal göçün ekonometrik analizi: Yeşilyurt ilçesi örneği. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(2), 231-252.
- Aydemir, S., ve Şahin, M. C. (2018). Zorunlu-kitlesele göç olgusuna sosyolojik bir yaklaşım: Türkiye’deki Suriyeli sığınmacılar örneği. *Dini Araştırmalar*, 21(53), 121-148.
- Bahar, O., ve Bingöl, F. K. (2010). Türkiye’de iç göç hareketlerinin istihdam ve işgücü piyasalarına etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2), 43-61.
- Baltagi, B. H. (2005). *Econometric analysis of panel data* (4th ed.). England: John Wiley & Sons Ltd.
- Chaudhuri, S. (2000). Rural–urban migration, the informal sector, urban unemployment, and development policies: A theoretical analysis. *Review of Development Economics*, 4(3), 353–364.
- Çelik, F. (2000). İç göçlerin fayda maliyet yaklaşımı ile analizi. *E. Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (16), 231-245.
- Çelik, F. (2002). İç göçlerin seçkinlik yaklaşımı ile analizi. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (13), 275-296.
- Çelik, F. (2005). İç göçler: Teorik bir analiz. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(2), 167-184.
- Çelik, F. (2006). İç göçlerin itici ve çekici güçler iç göçlerin itici ve çekici güçler yaklaşımı. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (27), 149-170.
- Çelik, R., & Aslan, I. (2018). Göç ve İşsizlik Arasındaki İlişki: Ampirik Bir Uygulama. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, (74), 65–75.
- Ercilasun, M., Gencer, E. A., ve Ersin, Ö. Ö. (2011). Türkiye’deki iç göçleri belirleyen faktörlerin modellenmesi. *International Conference On Eurasian Economies 12-14 October 2011*, (s. 319-324). Bishkek - Kyrgyzstan.
- Etzo, I. (2008). Internal migration: A review of the literature. *Munich Personal RePEc Archive*, 1-27. 627. [Çevrim-içi: <http://mpira.ub.uni-muenchen.de/8783/>], Erişim tarihi: 06.07.2019.
- Fromentin, V. (2013). The relationship between immigration and unemployment: The case of France. *Economic Analysis & Policy*, 43(1), 51-66.

- Gür, T. H., ve Ural, E. (2004). Türkiye' de kentlere göçün nedenleri. *Hacettepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 22(1), 23-38.
- Gürlevik, A. (2014). *Bölgesel Kalkınma Politikaları Ekseninde İstihdam ve İç Göç Etkileşimi*. Ankara: Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü.
- Gupta, M. R. (1993). Rural-urban migration, informal sector and development policies: A theoretical analysis. *Journal of Development Economics*, (41), 137–151.
- Levin, A., Lin, C. & Chu, C. (2002). Unit root tests in panel data: Asymptotic and finite-sample properties, *Journal of Econometrics*, (108), 1-24.
- Mouhoud, E. M., v Oudinet, J. (2010). Inequality and migration: What different European patterns of migration tell us. *International Review of Applied Economics*, 24(3), 405 -422.
- Özdemir, D. (2018). Türkiye'de iç göç hareketlerinin belirleyicileri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(3), 1337-1349.
- Pazarlıoğlu, V. (2007). Analizi, İzmir Örneğinde İç Göçün Ekonometrik. *YÖNETİM VE EKONOMİ*, 14(1), 121-135.
- Pedroni, P. (1999) Critical values for cointegration tests in heterogeneous panels with multiple regressors. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, (61), 653–670.
- Pedroni, P. (2000). Fully-modified OLS for heterogeneous cointegrated Panels, *Advances in Econometrics*, (15), 93-130.
- Pedroni, P. (2004). Panel Cointegration; Asymptotic and Finite Sample Properties of Pooled Time Series Tests, with an Application to the PPP Hypothesis, *Econometric Theory*, (20), 597–625.
- Pesaran, H.& Smith, R.,(1995). Estimating long-run relationships from dynamic heterogeneous panels. *Journal of Econometrics*, (68), 79-113.
- Pope, D., & Withers, G. (1993). Do migrants rob jobs? Lessons of Australian history (1861-1991). *The Journal of Economic History*, 53(4), 719-742.
- Tatoğlu, F. Y. (2013). *İleri Panel Veri Analizi (Stata Uygulamalı)*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Withers, G., & Pope, D. (1985). Immigration and unemployment. *Economic Record*,(61), 554-564.
- Yakar, M. (2012). Türkiye'de iç göçlerin ilçelere göre mekânsal analizi: 1995-2000. *Uluslararası İnsan*, 9(1), 742-768.
- Yamak, R., ve Yamak, N. (1999). Türkiye'de Gelir Dağılımı ve İç Göç. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(1), 16-28.
- Yüceol, H. M. (2007). Türkiye'de bölgesel işgücü hareketleri, işsizlik ve ekonomik kalkınma. *İş-Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 9(1), 108-124.
- Yüceol, H. M. (2011). Türkiye'de iller arası işsizlik oranı farklılıkları, göç ve ekonomik kalkınma. *Sosyoekonomi Dergisi*, (15), 30-50.
- Zeren, F. (2017). Kar payı bilmesinin araştırılması: BİST temettü 25 endeksi üzerine bir uygulama. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(5), 172-183.

## Extended Abstract

### Aim and Scope

The aim of this study is to investigate the effects of domestic migration that took place between 2008 and 2018 in Turkey on unemployment at Level 2 (26 regions based on Nomenclature of territorial units for statistics (NUTS) by Turkish Statistics Institute) – scales and region- wide scales.

### Methods

The relationship between domestic migration and unemployment in Turkey was analysed using panel data methods both at Level 2 region (26 regions that were created according to NUTS) scales and overall regional scale. The annual series of migration and unemployment variables between 2008 and 2018 were obtained from the electronic database of the Turkish Statistical Institute (TurkStat). Due to the scarcity of data, only 2008-2018 annual data were used in the study.

In this study, before the panel data methods, the stationarity of migration and unemployment series were tested initially. To test the stationarity, Levin, Lin and Chiu (2002) and Im, Pesaran and Shin (2003) first- generation unit root tests were

used. In the second place, the long-term relationship between migration and unemployment series was estimated through Pedroni (1995, 1997, 1999) as well as panel CUSUM cointegration tests. In the last place, in order to test the direction of the relationship between net migration rate and unemployment rate, Mean Group Estimator (MGE) and Fully Modified OLS (FMOLS) estimators were used.

### Findings

Initially, LLC and IPS unit root tests were carried out in order to test the stationarity of the net migration rate and unemployment rate series. As a result of the unit root tests, it was determined that the net migration rates and unemployment rates series are stationary in first differences,  $I(1)$ , in the overall Level 2 region. Following the unit root tests, whether there are a long-term relationship among the net migration rate and unemployment rate series was analysed by Pedroni (1999, 2004) and Panel CUSUM cointegration tests. According to the results of Pedroni cointegration tests, there is no long-term relationship between net migration rate and unemployment rate all (23 sub regions in total) over Marmara, Eastern Anatolia, South-eastern Anatolia, Black Sea, and Central Anatolia Regions.

Following the Pedroni cointegration test, the existence of a long-term relationship between net migration rate and unemployment rate was tested by Panel CUSUM cointegration test, a test that takes autocorrelation in to account. According to the panel CUSUM test that depends on FMOLS, there is a long-term relationship between net migration rate and unemployment rate in the subregions of Marmara, Aegean, Mediterranean, Central Anatolian, Black Sea and Eastern Anatolia Regions. The Panel CUSUM cointegration test results are consistent with the Pedroni test results only except for the Mediterranean and Central Anatolian Regions. The panel CUSUM test is stronger than the Pedroni test since it takes autocorrelation into account. Therefore, the results of panel CUSUM cointegration test that depends on FMOLS were taken into consideration.

According to the results of Panel CUSUM cointegration tests, there is a long-term relationship between net migration rate and unemployment rate in all (23 sub-regions in total) the Level 2 regions of Marmara, Aegean, Central Anatolia, Mediterranean, Black Sea and Eastern Anatolia Regions. On the other hand, there is no long-term relationship between net migration rate and unemployment rate all (3 sub-regions in total) over Southeastern Anatolia Region.

The direction of short and long-term relationships between the net migration rate and unemployment rate was studied by MGE and FMOLS estimation methods at Level 2 regions scale, respectively.

From a general assessment point of view, the relationship between migration and unemployment shows differences in terms of regions in general and of Level 2 regions. Moreover, in all over Marmara, Mediterranean, Black Sea, Eastern and South-eastern Anatolia Regions, the unemployment rate increases when the net migration rate increases in the short term. According to the Level 2 regions, the relationship between migration and unemployment rate sometimes shows similarities and sometimes dissimilarities with the results obtained from several regions. Among the Level 2 Regions, only from Eastern Anatolia (TRA1 and TRA2) and South-eastern Anatolia (TRC2) Regions point of view, the relationship between migration and unemployment rate shows parallelism with the results obtained for the overall of the regions. To the west of these two regions, regions where non-agricultural activities are dense and Level 2 regions of these regions which have a different development level decrease the unemployment rate in the short term due to waves of migration. Nevertheless, in the long term, in other regions except for Marmara and Aegean Region where industry and services sectors are dense, the increase in migration rate creates an increase in the unemployment rate.

### Conclusion

The results of the study indicate that with the differences in interregional development in Turkey, the phenomenon of domestic migration of regions that occurs depending on the push-pull factors of the population generally creates an upwards pressure in unemployment. The migration movements in Turkey move from regions where agricultural activities are dense towards regions where industry and services sectors are dense. The density of the workforce that moves towards regions where price differences are high among sectors has a negative effect on the unemployment rate by creating pressure on employment. When the short-term relationship results are assessed in terms of regions, it can be seen that migration and unemployment occurrences move in the same direction. In the solution of migration and unemployment issues, rural development programs must be actively pursued rather than urban development programs. Meanwhile, in alleviating the effects of migration from rural areas on other macro-economic indicators including the unemployment, eliminating the differences in income possibilities among regions, in access to health and education services, and in employment level of women must be prioritized policies.

# Toplumsal Cinsiyet Kavramına Animasyon Filmleriyle Bakmak: Buz Devri, Shrek ve Winx Club: Kayıp Krallığın Sırrı Örnekleri

## Looking at the Concept of Gender in Animated Films: Examples of Ice Age, Shrek and Winx Club: The Secret of the Lost Kingdom

İlker Zor<sup>1</sup>, Serkan Bulut<sup>2</sup>

### Öz

Bireylerin cinsiyeti sosyal yaşamlarına katılımlarında belirleyici olmaktadır. Cinsiyetli olmanın artıları ve eksileri tarihin her döneminde bir arada yaşayan insanların yaşamlarının merkezinde olmuştur. Kişiler sahip oldukları cinsel kimlikleri ve içinde yaşadıkları toplumların bu kimliklere olan bakış açısı ile belirli kalıplara sığmış ve sığdırılmıştır. Başka kişi ve toplumların cinsiyete yönelik algı ve tutumları toplumsal düzenin sağlanmasında her zaman etkili unsurlar olmuştur. Toplumsal cinsiyet algısının oluşması insan ilişkilerinin her aşamasında gerçekleşmekte ve bu algı ve tutumlara yönelik ideoloji hâkim sınıfların tekelinde yeniden inşa edilmektedir. Toplumsal norm ve değerler toplumsal cinsiyet algısını hem dönüştürmekte hem de bir parçası haline gelmektedir. Hâkim kimliklerin üretilmesi sürecinde en etkili araçların başında ise medyanın sunumları gelmektedir. Medya araçlarını elinde bulunduran hâkim ideolojik aygıtlar kadın ve erkek kimliklerine ilişkin salt biyolojik değil, sosyolojik yargıları da belirleyecek mesajlar üretmektedir. Film, bir toplumda hâkim ideolojiyi geçerli kılan medya ekolojisinin güçlü alanlarından biridir. Modern dönemde sinemanın toplumlar üzerindeki etkisinin anlaşılması uzun sürmemiştir. Bu noktada klasik sinema üretimlerinin dışında animasyon filmler de hem çocuklara hem de yetişkinlere hitap eden mesajlar üretmektedir. Bu çalışmada animasyon filmlerin de toplumsal cinsiyet algısını yeniden üreten mesajlar içerdikleri düşüncesinden hareketle Buz Devri-I (Ice Age-I), Shrek-I ve Winx Club: Kayıp Krallığın Sırrı adlı animasyon filmleri nitel bir analize tabi tutulmuştur. İncelemede Shrek dışındaki animasyon filmlerin hâkim ve standart toplumsal cinsiyet rollerini yeniden ürettiği, erkeği egemen ve lider olarak gösterirken kadın ve çocukları daha geri planda ve pasif-edilgen şekillerde temsil ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Animasyon filmlerin diğer medya ürünleri ile benzer mesajlar üretip üretmediği toplumsal cinsiyet analizi ile anlaşılmasına çalışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Animasyon, Buz Devri-I, Toplumsal Cinsiyet, Shrek-I, Winx Club

### Abstract

The gender of individuals is decisive in their participation in social life. The pros and cons of having gender have been at the center of the lives of people living together in every period of history. Individuals fit into certain patterns with their sexual identities and the perspectives of societies in which they live. Perceptions and attitudes of other people and societies towards gender have always been influential factors in maintaining social order. The formation of gender perception takes place at every stage of human relations and the ideology of these perceptions and attitudes is rebuilt in the monopoly of the dominant classes. Social norms and values both transform and become a part of the perception of gender. Media and presentations are among the most effective tools in the production of dominant identities. The dominant ideological apparatuses, which hold the media, produce messages that define not only biological but also sociological judgments about male and female identities. The film is one of the strong areas of media ecology that validates the dominant ideology in a society. It did not take long to understand the effect of modern cinema on societies. At this point, animated films, which are a relatively new field other than classical cinema production, produce messages that appeal to both children and adults. In this study, the animation films Ice Age-I, Shrek-I and Winx Club: The Secret of the Lost Kingdom were subjected to a qualitative analysis based on the idea that animated films also contain messages that reproduce gender perception.

**Keywords:** Animation, Ice Age-I, Gender, Shrek-I, Winx Club

### Araştırma Makalesi [Research Paper]

**Submitted:** 27 / 09 / 2019

**Accepted:** 12 / 01 / 2020

<sup>1</sup> Arş. Gör., Çukurova Üniversitesi İletişim Fakültesi, izor@cu.edu.tr, Orcid: 0000-0002-6468-8487

<sup>2</sup> Arş. Gör. Dr., Çukurova Üniversitesi İletişim Fakültesi, serkanbulut@cu.edu.tr, Orcid: 0000-0001-8252-5262

## Giriş

Toplumsal cinsiyet, kişinin sahip olduğu cinsel kimliği dışında, toplumsal norm, değer ve yargılarla zaman içerisinde oluşmuş ve bireyler veya birey-toplum arası ilişkileri önemli bir düzeyde etkileyen bir olgudur. Toplumsal cinsiyet tarihten bu yana oluşumu devam eden ve kökenleri sözlü kültür öncesine dek dayanan değerlerin birikiminin bir sonucu olduğu için modern ve çağdaş yaşam biçimleri ve evrensel insan haklarına aykırılık teşkil eden birçok alanı barındırır. Bu nedenle modern toplumlarda önemli bir toplumsal tartışmanın konusu haline gelmiştir. Genelde kadınlara hak mahrumiyeti yaşatan toplumsal cinsiyet rolleri, bir taraftan eğitim sistemleri ve yeni yaşam algı ve anlayışları ile zayıflarken diğer yandan yeniden inşa edildiği araçlar sayesinde yer yer geçerliliğini korumaktadır. Medya da toplumsal cinsiyet anlayışının en sık üretildiği ve dolaşıma sokulduğu alanların başında gelmektedir. Butler, toplumsal cinsiyet yaklaşımının iyi anlaşılabilmesi için cinsiyet kavramının analizini gerekli görmektedir. O'na göre cinsiyet, eril ve dişillerin üretim ve normalleşmesinin, cinsiyetin varsaydığı hormonal, kromozomal, psişik ve performansın dokular arasındaki formları ile gerçekleştiği bir alandır. Cinsiyetin her zaman ve özel olarak eril ve dişil temel ve ana zemini anlamına geldiğini farz etmek, bu tutarlı ikilinin üretiminin koşullu olduğu ve klasik cinsiyet algısına uymayan cinsiyet kavramının anlamlarının kritik olduğu noktasını gözden kaçırmaktır. Cinsiyet tanımını normatif ifadesiyle sınırlandırmak, istemeden cinsiyet tanımını sınırlandırma normunu beraberinde getirmektedir. Cinsiyet, eril ve dişil nosyonlarının üretildiği ve doğallaştırıldığı bir mekanizmadır, ancak bu terimlerin yapısızlaştırıldığı ve doğasının bozulduğu bir biçime de bürünebilmektedir. Aslında, bu normu kurmaya çalışan anlayış, aynı zamanda bu anlayışı baltalamak için de devreye girebilir. Toplumsal refahın oluşumu için eril ve dişil öğeleri doğuran birliktelik, bu refahın ve sorunsuz toplum düşünün temellerini sarsan toplumsal sorunları da üretebilmektedir (2004: 42)

Bu nedenle, toplumsal birtakım anlaşmazlık ve olumsuzlukların da nedeni haline gelen toplumsal cinsiyet rollerinin tanımlanması kapsamlı bir birikimi gerektirmektedir. Özellikle her gün sunumlarına maruz kalınan medya, dikkatli bir biçimde analize tabii tutulmaya muhtaçtır. Bu alanda çalışmaların artırılması konunun anlaşılmasını daha olanaklı kılmaktadır.

Bu çalışmada toplumsal cinsiyet rollerinin, toplumsal bir iletişim aracı ve sinemasal bir alt tür olarak animasyonda ne şekilde temsil edildiği üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda; eril bir yapının ve erkek karakterlerin ağırlıkta olması bakımından Buz Devri-I çizgi filmlerin alışlagelmiş masalsı prenses temsiline ve yakışıklı erkek başrolüne karşıtlığından dolayı Shrek-I ve dişil karakterlerin başı çektiği, kadın cinsiyetine yönelik bir animasyon olarak da Winx Club Kayıp Krallığın Sırrı filmleri örneklem olarak seçilmiştir. Diğer iki filmin aksine Shrek, klasik toplumsal cinsiyet rolleri ve kimliklerinin ters-yüz edildiği, beklenti ve klişelerin biraz dışında kalan aykırı bir yapıdır. Bu yönüyle örnekleme dâhil edilmesi, aslında animasyon filmleri ile de olsa tabu haline gelen toplumsal cinsiyet rollerinin sorgulanabilirliğini ortaya koymaktadır.

Shrek-I, Buz Devri-I ve Winx Club filmlerinin incelenmesinde ağırlıklı niteliksel bir yaklaşım benimsenerek toplumsal cinsiyet bağlamındaki anlama odaklanılmıştır. Animasyonların da tıpkı diğer medya içerik ve oluşumları gibi toplumsal cinsiyet rollerinin kökleşmesinde etkili olmaya başladıkları düşünülmektedir.

## 1. Toplumsal Cinsiyet Kavramı ve Medya

Toplumsal cinsiyet (gender) kavramı, ilk kez 1968 yılında Robbert Stoller tarafından Sex and Gender kitabunda, toplumsal cinsiyetin biyolojik cinsiyetten (sex) nasıl farklı olabileceğini göstermek için ortaya atılmıştır. Daha sonrasında bu alan üzerinde çalışan araştırmacılar toplumlarda bu kavramın karşılığı davranışları daha iyi anlayabilmek ve ölçmek için kadınlık ve erkeklik davranış ölçütleri belirlemişlerdir. U araştırmalarla toplumsal cinsiyet olgusunun ve cinsiyet rollerinin belirlenmesi daha mümkün hale gelmiştir (İmançer, 2006: 1).

Antropologların bize anlattığına göre, cinsiyete dayalı iş bölümünün çok eski bir tarihi vardır. Kadınların toplayıcılıkla, erkeklerin ise avcılıkla daha fazla uğraştıklarının düşünüldüğü zamanlara kadar giden bir tarih. Bu toplayıcılık deneyiminin kadınların tarımı icat etmeleriyle, avcılık deneyiminin ise erkeklerin mekânsal oryantasyon becerilerinin gelişmesiyle sonuçlandığına inanılmaktadır. Modern toplum öncesinde kadınlarla erkeklerin yaptıkları işler 'yuvayı beklemek' ve 'geçimi sağlamak' biçiminde ayrılmıyordu; bunun için ev ile iş yerinin ayrışmasını beklemek gerekmiştir. Kadınlar, tarımsal üretimde hep yer almış ama mülkiyetten pay almaları söz konusu olamamıştır. Modern toplumların ayırt edici niteliklerinden biri, ev ile iş yerinin ayrışmasıydı. Bu, kadınların üretimin dışına düşmelerine sebep olmuştur. Erkekler 'dışarıda' çalışıp evin ekmeğini getirirken, kadınlar 'içeride' kalıp erkeklerin ve çocukların bakımını üstlenmişlerdir. Bu ayrım, kadının ve erkeğin 'doğa'sına ilişkin yeni varsayımların ve kanaatlerin oluşmasına neden olmuştur: Narin ve dayanıksız Kadın ile avcılık genlerine sahip mücadeleci Erkek (Bora, 2012: 178-179).

Cinsiyet kendi yapısı içinde de bütüncül bir değer kazanmıştır. Başka temel konuların içinde bulunan bir detay değildir artık. Daha yeni sona eren, Batı kültürü üzerinde etkili olmuş hümanist çağ, tanrı diktatörlüğü döneminin bitmesiyle çakışır. Bu çağda, modernizmin insan merkezli perspektifleri etkili olmuş, siyasetin de biyolojik alanlarda, dolayısıyla insan bedeninin

de yeni etkileri ortaya çıkmıştır. İnsanın kendisi materyalist bir tanrıya dönüştüğünde, pek çok kavram da insanilemiştir. Sistem, adalet, kadın gibi kavramları ele alırken yeni idealizm çerçevesinde cinsiyetlere de cinsellik modellerinin yüklendiğini söyleyebiliriz belki de (Cankoçak, 2016: 215).

Toplumsal cinsiyetin oluşumu, gelişimi ve cinsiyetler arasındaki farklılıkların nedenlerinin ortaya konmasıyla ilgili pek çok kuram vardır. Bunlardan bazıları Freud'un görüşlerine dayanan psikanalitik kuram, başka insanların davranışlarının öğrenilmesiyle cinsiyet farklarının şekillendiğini öne süren sosyal öğrenme kuramı, bu kuramın tersine kişi cinsiyet kimliğini başkalarına değil kendi isteğine göre kazandığını belirten bilişsel gelişim kuramı, kadınlık ve erkeklik rollerinin kültür temelli olduğu görüşünü benimseyen toplumsal cinsiyet şema kuramıdır (Dökmen, 2004: 31).

Ancak toplumsal cinsiyet esasen kültürel bir kategoridir. Belli bir kültürün neyin eril neyin dişil olduğuna ilişkin ortak inançlarını anlatır. Bu inançlar bütünü toplumsal cinsiyet ideolojisi olarak da adlandırmak mümkündür (Kellner, 2007: 19). Toplumsal cinsiyet ideolojisinin üretimini üstlenen en önemli araç ve ortamların başında medya gelmektedir. Sinema, haber, sosyal medya paylaşımları, televizyon ve çeşitli internet ağ ortamları her gün milyonlarca mesajla toplumun tüm kesimlerine toplumsal cinsiyet rollerini meşrulaştıran ideolojik yayınlar üretmektedir. Örneğin, film... Sık sık ve endişeyle kadınları klişeleşmiş bir şekilde "iyi" anne veya "kötü", histerik kariyerçi olarak öngörmektedir. Geçmişte ve bugün, her Hollywood kadını başkasının Öteki'sidir (Humm, 1997: 3). Örneğin BBC Online çalışanlarından Michael Thomson, Charlie'nin Melekleri filmi için şu tespiti yapmıştır: Filmde kadınlar beysiz olarak gösterilmemektedir- oysaki, çok yeteneklidirler. Adli bilim insanları ve elektronik mühendisleri, casusluk ve gözetim uzmanları, yarış arabası sürücüleri ve insanüstü savaş makineleridir. Ayrıca düşmanlarını silah kullanmadan da yeniyorlar. Film bilerek kadınların fiziksel çekiciliğini sergiliyor, ancak başarıları beyinlerini ve dövüş yeteneklerini kullanmaktan geliyor. Hiç kimse, Harrison Ford'un gömleğini çıkardığı için ya da bazen istediğini elde etmek için baştan çıkarıcı bakış açısını ve cazibesini kullandığı için Indiana Jones'a 'bimbo' dememiştir (Gaunlett, 2003: 54).

Adaletsiz toplumsal cinsiyet rollerini pekiştirme konusunda haber medyası da film medyasına paralel bir yolda ilerlemektedir. Örneğin suç haberleri medyası, Stan Cohen'in "ahlaki panik" dediği şeyi oluşturmakla suçlanmakta, bazı grupları şeytanlaştırmakta ve bazı suç konularına cevap verirken korku ve alarma neden olmaktadır. Cohen, haber medyasının en somut ve güçlü etkilerinden birinin popülist söylem ve politik gündem belirleme becerisi olduğunu belirtmiştir. Argümanının bir kısmı, haber yayınlamada bazı kural ihlallerinin abartıldığı, bazı çok ciddi suç ve davranış biçimlerinin reddedilebileceği, göz ardı edilebileceği veya dinlenebileceği fikrinden kaynaklanmaktadır (Cohen: 2002: 17). Nancy Berns (2004: 3), medyanın sosyal sorunları dönüştürdüğünü ve bunların dergileri, gazeteleri, televizyon şovlarını ve filmlerini en iyi satacak hikâyeler haline getirdiğini belirtmektedir. Bunu yaparken medyanın belirli mesajları sürekli bir biçimde çerçevelediğini söyleyen Berns, ancak bu popüler çerçevelemelerin, mutlaka en iyi çözümlere yol açmadığını da vurgulamaktadır (Berns, 2004: 8).

Jewkes, medyanın dünyaya açılan bir pencere olmaktan ziyade bir "prizma" olduğunu ve "yansıttığı dünya görüşünü çarpıtıp büktüğünü" öne sürmektedir (2004: 37). Medyanın, insanların toplumsal meseleler hakkındaki temel kaynağını oluşturduğunu düşündüğümüzde (Berns, 2004), medyada üretilenlerin, toplumsal meseleler hakkında kamuoyunda önemli bir etkiye sahip olabileceğini, ancak döngüsel bir biçimde, baskın inançları yansıttığını ifade etmiştir. Toplumda hâkim kanaatkâr erkek figür olarak öne çıkarken, kadın kimliğine yönelik olarak da evde yaşayan ve sınırları "bahçenin duvarları" şeklinde bir forma bürünen olduğu yönünde mesajlar dolaşmaktadır.

Kitle iletişim araçları cinsiyet kalıp yargılarını ve önyargılarını sürdürmede ve insanları bu yönde etkilemede önemli bir role sahiptir. Bu etki, kuramlarla ilgili konuda ele alınan sosyal öğrenme kuramıyla kısmen açıklanabilir. Sosyal öğrenme kuramında belirtildiği gibi, gözlenen modeller örnek alınır ve davranışları taklit edilir; ayrıca ödül aldıkları görülen kişilerin davranışları zamanı gelince tekrarlanarak ve gözlenerek öğrenme gerçekleşir. Özellikle çocuklar üzerinde kitle iletişim araçlarının ve özellikle de televizyonun etkili olduğu biliniyor. Bu etki, çeşitli sosyal davranış (örneğin, saldırganlık ya da yardım etme davranışı) için modeller sunmasından ileri gelir (Dökmen, 2004: 133). Toplum tarafından kalıplaşmış yargıların en çok yer bulduğu iletişim aracı olan televizyon ise geleneksel olan kamusal olayları, özel alana taşımaktadır. Böylece kadınlar için bir paradoks yaratmaktadır. Bir yandan, kadınlar genellikle erişemeyecekleri bir forumda katılımcı olmaya davet edilirken; diğer taraftan, kadınlar bu etkinliklere evlerinden katılmaktan faydalanabilirken, bu iç alandan çıkmaları ve daha kamusal bir alana girmeleri istenmemektedir (Camacho, 2006: 148).

Kadın erkek ayrımcılığı mitler, destanlar ve öykülerle yayılmaya başlamış günümüzde ise bu rolü kitle iletişim araçları devralmıştır. Kitle iletişim araçlarında dikkati çeken kadın ve erkek rolleri özgürleştirici değil tam aksine erkek egemen sistemi aşıl原因 bir yapıdır. Kadın ev işleriyle ilgilenen, kendini eşine beğendirmek ve her türlü ihtiyacını karşılamakla yükümlü olarak konumlandırılır. Erkek ise mülkiyet ve paradan sorumlu, birikimi yönlendiren konumundadır. Bu toplumsal cinsiyet rolleri aracılığıyla içinde kadının nasıl ve hangi alanlarla ilgilenmesi gerektiği medya aracılığıyla içselleştirilmektedir. Toplumsal cinsiyet rolleri medyanın yönetiminde erkek egemen ideoloji çerçevesinde yeniden üretilir ve yaygınlaştırılır (Pira ve Elgün, 2005).

Çocuklar da toplumsal cinsiyet yargı ve kalıplarından nasibini almaktadırlar. Başta ana-babalar, öğretmenler ve arkadaşlar olmak üzere çeşitli kişiler çocuklar için model olurlar. Bu modellerin yanı sıra, elbette, çok maruz kalınan ve çarpıcı sunuluşları nedeniyle de çok etkili olan medya kahramanlarından da söz etmek gerekir. Çocukların karşılaştıkları bu modeller gibi davranma, düşünme, tepkide bulunma ihtimali üzerinde de durulur. Ayrıca, kitle iletişim araçlarının kadın ve erkeği, kız ve erkek çocuğu resmediş biçimi hem çocuk ve gençlerde hem de yetişkinlerde bir standart olarak kabul edilebilir ve yaşamda nelerin normal ve istenir olduğuna ilişkin yargılar için referans alınabilir; kişiler tutum ve davranışlarını kendi deneyimlerinden çok bunları dikkate alarak oluşturabilirler (Dökmen, 2004: 133-134). Bu durum biraz da kültür endüstrisi ile mümkün olmaktadır. Kitle iletişim araçları kanalıyla yayılan kültür endüstrisi, geniş kitleler tarafından kolayca anlaşılabilir, diyalogdan çok imaja dayalı, şiddet ve cinsellik içeren programlar üretmektedir. Bu nedenle bireyler ve kitleler üzerinde güçlü etki oluşturarak onları olumsuz etkilemektedir. Erkek egemen zihniyetle, sorgulanmadan ticari amaçla yeniden üretilen kadına yönelik basmakalıp değer yargıları, iyi-kötü olarak, fakat her iki durumda da edilgen, kendi üzerinde söz hakkına sahip olamayan kadın imgesinin toplumun kolektif bilincine yerleşmesine katkıda bulunmaktadır (Mora, 2005: 2-3).

Toplumsal cinsiyet rolleri en net hali ile adaletsizdir. Toplumun bir parçası olan medya da adaletsiz duygu ve düşüncelerin yeniden üretildiği baskın bir alan olarak etkinliğini sürdürmektedir. Animasyon filmlerin de dâhil olduğu tüm medya içerikleri toplumda hâkim kılınan toplumsal cinsiyet rollerinin üreticisi konumunda olabilmektedir. Ancak alternatif medya içeriklerinin klasik anlayışları sarstığı yapımlar da medya kalesinin sınırları dışarısında kalsa bile alternatif ses ve mesajları üretebileceği bir başka gerçeklik olarak varlığını her zaman hissettirebilme özelliği taşımaktadır.

## 2. Özdeşleşme Kavramı ve Çocukların Filmlerle Özdeşleşmesi

Kitle iletişim araçlarının mesajlarına maruz kalan bireyler yaşam pratiklerini bu mesajlardan edindikleri davranış kalıpları ile şekillendirirler. Yetişkinlere nazaran etki ve dönüşüme daha açık olan çocuklar eğer uzman desteği almadan ve dikkat edilmeden her türlü medya içeriğine maruz bırakılırlarsa sonuçları üzücü ve toplumsal olarak hayati bir gelişim süzgecinden geçmekte, egemen kültürün ayırmacı, cinsiyetçi yaklaşımlarını benimseyebilmektedirler. Çocuklar medya araçlarının mesaj ve sunumlarını içselleştirirken özellikle popüler hale getirilmiş karakterler ile özdeşleşmektedirler. Özdeşleşme ve birtakım kalıp yargıları benimseme, toplumsal cinsiyet kalıpları başta olmak üzere belirli kültürel kodların öğrenilmesi ve uygulanmasında oldukça önemli bir kavramdır. Peki özdeşleşme ne demektir? Bu kavram psikoloji ve psikanaliz bilimleri tarafından üzerinde özellikle durulan bir kavram olmuştur.

Özdeşleşme öznenin nesne uğruna kendine yabancılaşmasıdır, deyim yerindeyse özne kılık değiştirir. Örneğin babayla özdeşleşme pratikte babanın davranışını benimsemektir, sanki oğul ayrı bir birey değil babasıyla aynıdır. Özdeşleşme taklitten farklıdır, özdeşleşme bilinçdışı taklittir, taklitse bilinçli kopya etmektir. Taklit gencin kişiliğinin gelişmesi için vazgeçilmez bir yardımdır. Sadece kolaylaştırma işlevi görmeyip bireyin gelişimine uygun yolları engellemedikçe yararı vardır. Aynı biçimde özdeşleşme de birey kendi yolunu bulamadığında yararlıdır. Fakat daha iyi bir fırsat ortaya çıktığında özdeşleşme hastalıklı karakterini ortaya koyar, eskiden bilinçdışı yardım ve destek olduğu gibi şimdi de büyük bir köstek haline gelir. Artık çözücü etkisi vardır, bireyi birbirine yabancı iki kişiye böler (Jung, 2916: 51).

Özdeşleşme, genel olarak, gösteri ve yazılı anlatı sanatlarında da ortak olan bir ilişki biçimidir: Seyircinin (veya okuyucunun) dikkatini “yakalayarak” (captation) kurgusal evrenin (diégèse) içine çeker. Seyirci (ya da okuyucu), bu özdeşleşme ilişkisi aracılığıyla, ekranda (sahnede veya yazınsal söylemde) tanık olduğu kurgusal-olayları (muthos), sanki kendisinin yaşamakta olduğu deneyimlemişçesine algılar. Üstelik bu deneyimleri, o kurgusal evrendeki olay kahramanlarından farklı olarak, hiçbir tehlikeye maruz kalmadan yaşar! Aristoteles’in Poetika’da sözünü ettiği o seyircinin ünlü “arınma süreci” olan katharsis, işte bu özdeşleşme ilişkisiyle gerçekleşmektedir. Buna, bir “Oedipusçu Kurgusal Süreç” de denilebilir; yasa ve arzunun paradoksal birliğidir bu (Gönen, 2016).

Bu paradoksal mekanizma, Freud’un eserlerinde de önemli bir yer tutar. Freud’un “ikincil özdeşleşme” olarak adlandırdığı bu süreçte, çocuk, bir başkasına benzemeye ve onun belli özelliklerini bilinçsiz bir biçimde içselleştirmeye çalışır. Freud, “ikincil özdeşleşme”nin hem kronolojik hem de mantıksal açıdan “temel özdeşleşme” (primäre Identifizierung/primary identification) olarak adlandırdığı “ağızsız sindirme” (Einverlebung/incorporation) ve “narsisizm”in ardından geldiğini vurgular. Freud’a göre, insan kişiliği işte bu (ikincil) “özdeşleşme” ve “farklılaşma” süreçlerinin ardı sıralığından doğar ve yapılır (Gönen, 2016). Freud’a göre çocuk, ahlâkı kendisine model edindiği şahıslar vasıtasıyla öğrenir. Erkek çocuk için esas model baba, kız çocuk için annedir. Böylece ahlâkın temeli bir cinsiyet özdeşleşmesinden (identification) ibarettir, yani her çocuk kendi cinsiyetle kendisini bir tutmayı öğrendiği zaman kimin ahlâkını model alacağını da bilmiş olur. Çocuk böylece anne ve babasının hayatını idare eden kurallara tâbi olmaktadır. Bu kurallara aykırı davrandığı takdirde kendi kendini cezalandırmasını öğrenir. Eğer bizim davranışlarımıza biyolojik yapımız yön veriyorsa, özdeşleşmenin yeri ne olabilir? İşte sosyal öğrenme teorikçileri bu noktada Freud’unkinden daha geniş bir özdeşleşme kavramı kabul ediyorlar.

Onlara göre ahlâkî davranışın kökeni sadece cinsî hüviyet kazanmakta değildir; insan cinsî rolleri değil, diğer bütün ahlâkî davranışlarını kısacası, bütün sosyal davranışları- başkalarını model edinmek suretiyle öğrenir (Güngör, 1998: 58-63).

Metz ise çocuğun aynada kendi vücudunun, kendisi nesne olarak tanımlamış görüntüsünü gördüğünü, ancak, aksine, izleyicinin ekranda gördüğünün kendi görüntüsü olmadığını ileri sürmektedir. Metz açısından, izleyici zaten ayna (gerçek ayna) evresi deneyimini bildiğinden ... ilkin kendini onun içinde takdir etmeksizin bir nesnelere dünyası oluşturma yetisine sahiptir. Bu sebepten, Metz'e göre sinema Lacan'ın düşsel düzeninde değil de sembolik düzen içerisinde konumlandırılmalıdır. Sinemanın birincil özdeşleşmesi görülen (ayna evresinde olduğu gibi) bir şeyle değil, gören- Metz'in terimi ile her şeyi gören ve görünmez nesne - bir şeydir... Film izleyicileri temelde dikizci olduklarının farkında olmayan dikizcilerdir (Mencütekin, 2014: 36-37). Böylelikle izleyiciler film perdesinden gerçek evrene dahil ettikleri sembolik bir gerçeklik inşa ederler. Film perdesinden yansıyan sembolik gerçeklik, ben'e dönüşmektedir. Ancak, doğrudan 'bedensel ben'e dönüşmez, dünyayı anlamlandırmaya aracı olarak karakterlerle özdeşleşmeye ve perdede aktarılan kimliğin "özne" adlandırmasına karşılık gelir. Baudry, sinemada özne olmanın kurallarının kamera tarafından yapılandırıldığını vurgular. Böylelikle kamera ve sinema, kişiyi birincil konumuna taşımayı önererek, perdede, gerçek ve ulaşılması hedeflenecek bir dünya yaratıp ideolojik bir aygıt dönüşmektedir (Kabadayı, 2015: 92).

Sinemada özdeşleşme kavramına paralel olarak bir de özdeşlik durumu yaşanmaktadır. Özdeşlik kavramı ise her zaman bilinçdışı bir fenomendir, çünkü birbirine benzemeyen iki şeyin her zaman bilincine varmak, sonuçta özneyle nesneyi ayırmak zorunlu olarak bilinçli uyumluluğa dahildir, bu durumda özdeşlik zaten ortadan kalkmıştır. Psikolojide özdeşliğin bilinçdışı olduğu varsayılır. İlkel zihniyetin belirgin özelliği ve gizemli katılışın gerçek temeli budur, özneyle nesnenin, dolayısıyla ilksel bilinçdışı durumun başlangıçtaki farklılaşmamışlığının kalıntısıdır. İlk çocukluğun zihinsel durumunun, sonunda da uygar yetişkinin bilinçdışının belirgin özelliğidir, bilincin içeriği haline gelmedikçe nesnelere sürekli özdeşlik durumunda kalınır. Anne babayla özdeşlik daha sonra onlarla özdeşleşmenin temelini oluşturur; yansıtma ve içe-yansıtma imkânı da buna bağlıdır (Jung, 2916: 52).

Bu anlamda doğrudan Freud'dan esinlenen sinema teorisinde, Christian Metz de iki özdeşleşme sürecinden bahsetmiştir. Bunlar Temel Sinematografik Özdeşleşme (identification cinématographique primaire) ve İkincil Özdeşleşme'dir (identification secondaire). Metz'den bu yana, sinemada klasik olarak kabul edilen bu ayrımındaki birincil özdeşleşme olan bu temel sinematografik özdeşleşme, seyircinin kameranın açısıyla, yani yönetmenin (dünyaya) bakışıyla özdeşleşmesi anlamında aygıtsal (dispositif) bir konumlanıştır. Buna karşın ikincil özdeşleşme, seyircinin filmdeki karakterlere duygusal ve dramatik (eylemsel) özdeşleşmesini ya da bu karakterlere karşı Brecht tarzı bir mesafe-almasını (distanciation) ifade eden, öznel-kurgusal bir süreçtir (Gönen, 2016). Öte yandan özellikle çocuk izleyicinin oyuncularla veya diğer karakterlerle kurduğu arzu düşsel-nizam arzusunun pasif narsistik şekli'dir. Yani demek mümkündür ki; izleyiciler kendilerini oyuncularla özdeşleştirir çünkü tıpkı o oyuncular gibi hayranlık ve gıpta nesnelere olmayı arzularlar (Brecher, 1993: 37-38). Yine ağırlıklı olarak çocuk izleyicinin, ekranda kendisiyle özdeşleşme kurduğu karakter çoğu zaman filmin ana kahramanıdır (Mencütekin, 2014: 69).

Bir film, temeline canlıyı, ama öncelikle de insanı yerleştiriyorsa, diğer sanat dallarından daha fazla özdeşleşmeyi talep ediyor demektir. Bu durumda sinema ile insanın kurduğu bağ, davranış biliminden psikanalize, fiziksel rahatsızlıklardan, varoluş ve diğer kavramlar üzerine düşünen felsefeye kadar birçok alanı gündemine taşır (Kabadayı, 2015: 91). Zaten imgeyle özdeşleşmenin hem ötesinde ve hem de bir anlamda öncesinde bir özdeşleşme böylece ortaya çıkar ve ifade eden bir unsur ile sembolik bir özdeşleşmeden başka bir şey değildir yaşanan (Leader ve Groves, 2000: 44). Aynı bağlamda Forrester anlatı sinemasında izleyicinin, kamera ile özdeşleşmesini sağlamaştıracak olan bazı prosedürlerden söz etmektedir. Bunlar:

- İzleyicinin sekanstaki her yeni plana uyum sağlamasını mümkün kılan ana ya da genel çekimin hükmü;
- İzleyicinin, ekranın aynı kısmında daima aynı karakterleri bulmasını sağlayan (örneğin 'ekran alanıyla' ve 'anlatı alanıyla' eşleşmek), 180° kuralı;
- İzleyicinin alanda atlamalar yaşamasını önleyen ve planlar arası pürüzsüz bir devamlılığa izin veren 30° kuralı;
- Reframe ve kamera hareketinin ilgiyi kendilerine çekmemesi için oyuncuların hareketlerinin orkestrasyonudur (Darian ve Groves, 2000: 139).

Çocukların kitle iletişim araçlarının sunduğu figürlere kendi fantezi dünyalarına nasıl entegre ettikleri, onların oynadığı oyunlarda gözlenebilir. Gözlemler erken çocuk yaşlarda, cinsiyete özgü oyun davranışlarının geliştiğini gösterir. Erkek çocuklar aksiyonu vurgulayan görüntülü oyunları sevmekte, deneyimlerini ve duygularını açığa çıkarmak için aksiyon içeren bir televizyon programının kahramanı ile özdeşleşmektedir. Buna karşılık kız çocukları oyun davranışlarında daha uysaldır, erkeklerin vurdulu-kırdılı oyunlara katılmayı reddetmektedir (Rogge'den aktaran İmançer, 2006: 220).

Özdeşleşme için bahsedilen bu iddialara karşın, Mulvey bu özdeşleşme meselesinin kişiye benzeyen (veya kişinin olmak istediği şeye) bir karakteri tanıma meselesi olduğunu ileri sürmektedir (Rushton ve diğ., 2010 :73). Özdeşleşme ile ilgili yapılan değerlendirmelerin birçoğu nötr veya olumludur. Ancak bu kavrama olumsuz bakış açısı ile yaklaşanlar da



bulunmaktadır. Örneğin Zeki Demirkubuz'a göre, hem felsefi gelenekte hem düşünce geleneğinde hem hayatı anlama ve yaşama çabamızda insanın kendine yapabileceği en büyük kötülüktür özdeşleşme. Bu tavır aynı zamanda Aristocu anlamda katharsisin filmsel dilden uzaklaştırılması anlamına gelmektedir. Seyircinin kendi korku ve rahatsızlıklarından arınmasını sağlayan katharsis ve anlatıdaki kahramanla özdeşim kurma engellendiğinde, izleyici için kendi yaşamının telafisi olacak bir kurtuluş mümkün olmamaktadır (Takımcı ve Boz, 2015: 261). Sonuç olarak özdeşleşme ve benimseme kavramı eğer toplumsal refahın yararına birtakım değerler ile ilgili ise oldukça gerekli, ama eğer toplumsal cinsiyet yargıları gibi toplumsal barışı olumsuz etkileyecek konular ile ilgili ise oldukça hassas ve eleştirisi açık bir konu olmaktadır.

### 3. Animasyonlarda Toplumsal Cinsiyet Temsili

Sinemanın etkili bir ideolojik araç olduğunu ifade eden Ryan ve Kellner'a göre toplumsal yaşamın söylemlerini (biçim, figür ve temsillerini) şifreleyerek sinemasal anlatılar biçiminde aktaran filmler, sinema ortamının dışında yatan bir gerçekliği yansıtan araçlar olmak yerine, farklı söylemsel düzlemler arasında bir aktarım gerçekleştirirler. Böylece sinemanın kendisi de, toplumsal gerçekliği inşa eden kültürel temsiller sisteminin bütünlüğü içindeki yerini alır ve bu inşa süreci de kısmen temsillerin içselleştirilmesiyle ortaya çıkar (Ryan ve Kellner, 1997'den aktaran Kılıcı, 2009: 4).

Ataerki ideoloji, toplumsal cinsiyet modellerini tanımlarken belirli kalıpları kullanmaktadır. Yeniden ve sürekli tekrarlanan güç ve iktidar kavramları egemen ideolojinin başlıca söylemleridir. Bu noktada çizgi filmlerin toplumsal bir işlevi vardır. Bu da çizgi filmin bir iletişim aracı olmasından kaynaklanmaktadır. Çizgi filmlerin çocukların bilişsel, duygusal ve davranışsal özelliklerine yakın olması ve bu çocukların izledikleri çizgi film kahramanı ile kolayca özdeşleşebilmeleri, çizgi filmlerin bazı önemli izlenme nedenleridir (Güler, 1989: 175).

Özdeşleşme çocuklarda daha yoğun yaşanmaktadır. Çocuğun ve yetişkin bireyin dış/nesnel dünyayı algılama biçimleri farklılıklar gösterir. Benzer biçimde çocuk ve yetişkinin hayal dünyaları da aynı kodlarla işlemez. Çocuğun dış dünyayı algılayışı ve tanımlaması daha öznel bir yapıdadır. Özdeşleşme; kız çocuklarında genellikle güzel bir prensese, erkek çocukların da güçlü kahramana dönüşme isteği şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Sinemanın erken dönem / klasik çizgi filmleri daha çok çocuklara hitap ederken yakın dönem animasyon (canlandırma) sinemasında çocuk ve yetişkinin ilgi ve beğenileri birbirine yakınlık gösterebilmektedir. Günümüzde animasyonlarda, yetişkinlere yönelik gülme ve algılama edimlerine sıklıkla yer verildiği görülmektedir. Aynı animasyon, çocuğun da yetişkinin de ilgisine hitap eden kodlara ve iletilere birlikte yer verebilmektedir. Nihayetinde ise; animasyonun daha çok, çocuğa yönelik bir film türü olarak kabul gördüğü bilinmektedir (Kılıcı, 2009: 98).

Literatürde yaşanan karmaşaya göre; çizgi film, animasyon ve canlandırmanın farklı kavramlar olduğu ya da animasyonun çizgi filmin bir alt dalı olduğu düşünülmektedir. Adı geçen kavramlar aslında aynı anlamı karşılamaktadır. Türk Dil Kurumu Sinema ve Televizyon Terimleri Sözlüğü "canlandırma" terimini tercih etmekte ve onu "tek tek resimleri ya da devimsiz nesnelere gösterim sırasında devinim duygusu verebilecek biçimde düzenlemek ve filme aktarmak işi" olarak tanımlamaktadır (Özön, 1981: 49).

Animasyonların, geleneksel kalıpların dışına pek çıkmadan, stereotipler üzerinden toplumsal cinsiyet rollerini sunduğu göze çarpmaktadır. Animasyonlardaki erkekler; güçlü, sert, cesur, koruyucu, kadınlar ise; zayıf, yardıma ve korunmaya muhtaç olarak sunulmaktadır. Yalnız fiziksel değil, ruhsal yönden de zayıf olan kadın, adeta erkeğin güç gösterisine hizmet etmektedir. Klasik hikâyelerde kötü güçlerin eline düşen kadın, erkeği tarafından kurtarılmayı beklemektedir (Marshall ve Şensoy, 2009: 3). Kadın böylelikle erkeğin gücünü test ettiği bir araca ve nesneye dönüşmektedir.

Başlangıcından 1990'lara kadar çizgi filmlerde klasik toplumsal cinsiyet rolleri hâkim olmuştur. Rekabetçi, sert, yardım istemekten sakınan, içe kapanık, yalnız karakterler olarak; sürünün-kitlenin lideri (alphamale) şeklinde sunulan erkek, günümüzde ise bu karakteristiğinden adım adım uzaklaştırılarak post-feminist yeni erkek modeline dönüşmektedir. Cars, Toy Story ve Incredibles'da olduğu gibi (Gillam ve Wooden, 2008: 5). Örneğin Pixar'ın kahramanları, özellikle filmlerin başlarında klasik erkek modeli olarak sunulurken, sonlara doğru postmodern, efeminen erkeklerle dönüşebilmektedir (Gillam ve Wooden, 2008: 5). Ne var ki post-feminist yeni erkek, yine de egemen ideoloji kapsamındaki -klasik- kabuğunu tam olarak kırmış değildir. Örneklem olarak seçilen filmlerin incelemesinde belirtildiği üzere animasyonlar bazen "bu postfeminist yeni erkeği" yansıtsa da toplamda egemen erkek temsili ağır basmaktadır.

#### 3.1. Buz Devri'nde Toplumsal Cinsiyet Temsili

Buz Devri-I filminde, 20 bin yıl önce, buzul çağını yaşayan canlılar, soğuktan ve buzullardan korunmak için güneye göç etmektedirler. Mamut Manfred (Many), Tembel Hayvan Sid, Kaplan Diego'dan oluşan "takım" ise göç hareketinden bağımsız bir şekilde hareket etmektedir. Takımın amacı; buldukları bebeği, kaplanlardan koruyarak ailesine sağ salim teslim etmektir. Film ile ilgili genel bilgiler şu şekildedir:

**Yapım Yılı:** 2002

**Ülke:** A.B.D.

**Yapım Şirketi:** 20th Century Fox / Blue Sky Studio

**Yönetmen:** Carlos Saldanha, Chris Wedge

**Senaryo:** Michael J. Wilson, Peter Ackerman, Michael Berg

**Senaryo (Kitap):** Michael J. Wilson, Michael Berg

**Yapımcı:** Lori Forte

**Müzik:** David Newman, Justin Skomarovsky

**Süre:** 81 dk.

**Gösterim Tarihi:** 31 Ocak 2003 (Türkiye) (<http://www.sinemalar.com/film/987/Buz-Devri/>)

Bebekle birlikte başroldeki dört karakterin de erkek olması sonucunda filmde eril yapı ağır basmaktadır. Film, biçimine paralel olarak içeriğiyle ve iletileriyle de bu yapıyı desteklemektedir. Pixar'ın animasyonlarında olduğu gibi (Gillam ve Wooden, 2008: 5), Buz Devri'nin serim aşamasında da başta Many ve Diego olmak üzere erkek karakterler son derece sert ve duygusuzdur. Filmdeki karakterlerin neredeyse tamamını oluşturan erkek karakterler film anlatısının mutlak hâkimidir. Toplumsal cinsiyet modelleri açısından başlangıçta egemen-ataerkil yapıya uygun düşen erkek karakterler, filmin ilerleyen bölümlerinde, bebeği koruma ve ona ilgi gösterme aşamasında kendilerinin de aslında duyguları olduğunu ispat ederler. Bu duygusallık, efeminen tavırlardan ziyade genel olarak içgüdüsel merhamet, bebeğe-savunmasıza yardım etme şeklinde belirlemektedir.

Serinin devam filmlerinde daha bariz olmakla birlikte, açılış sekansındaki sincap, kaplan sürüsü, görünen hemen her karakter erkektir. Dişil karakterler olarak bebeğin annesi ve iki tembel hayvan; toplumsal cinsiyet normlarına uygun olarak vazifelerini yerine getirir ve filmde çıkarlar. Burada da görüldüğü üzere cinsellik ortak alanı kabul etme eylemi esnasında yaratılan nadir işbirliği alanlarından biridir. Bu kabulün ve işbirliğinin çerçevesi sınıfsal sınıflandırma değil, biyolojik kategorizasyondur. Bu arkaik alanda meydana gelen buluşmalar, pratik anlamda, sınıflar arasındaki siyasi düzenlemelerin biyoloji arenasına geçişini sağlayan, savaş dediğimiz olayın zeminini de oluşturmaktadır (Cankoçak, 2016: 215).

Anaç, kutsal anne, hayatını tehlikeye atarak suya atlar ve vahşi kaplana karşı yavrusunu korur. Tüm çekicilikleriyle dişil tembel hayvanlar, ilkel jakuzi içerisinde, erkek bir tembel hayvan olan Sid'in iltifatlarına hayran kalmaktadır. Dişiler, özne olan erkeğin bakışına ait birer nesne konumundadır. Erkeğin gözünün pasını silmek için "var olan", orada duran nesnelleştirilmiş dişilerdir.

Toplumsal cinsiyet rollerinin egemen ataerkilliğinin 20 bin yıl önce de günümüzle benzerlik gösterdiği görülmektedir. Elbette söz konusu benzerliğin, günümüzde gelenekselliği daha yoğun yaşayan toplumlarla daha fazla bağdaştığı göz ardı edilmemelidir.

Erkeğin iktidarını, gücünü anlamlandırmaya hizmet eden dişil karakterler; varlıklarıyla, yaşam alanlarıyla bu gelenekselliği yansıtmaktadır. Günlük yaşam pratikleri, mekânları anlam bakımından günümüzle benzeşmektedir.

Günümüzde apartmanlarda, evlerde özel alana hapsolan kadın, Buz Devri'nde de çadırda kendine biçilen hayatı yaşamaktadır. Evi çekip çeviren kişi olarak; çadırda bebeğinin ilk yürüme anına tanıklık eden kadın, bu mutluluğu dışarıdaki "avcı" eşi; erkeğiyle paylaşır.

Kaplanlar saldırdığında kudretiyle, kuvvetiyle, mızrağıyla onlara karşı koyan koruyucu güç "erkek" olsa da içgüdüsel cesaretiyle bebeği hayatta tutan "anne"dir. Kaplanların kendi arasındaki, kaplan sürüsüyle mamut arasındaki otoriter erkek rekabeti, filmin sonunda ise erkekler arasında dostluğa, erkek dayanışmasına dönüşür. Buz Devri'nin erkekler için özel bu dünyasında kadınlar (fazla) yer almamaktadır. Serim aşamasındaki geleneksele yakın duran; sert, duygusuz erkekler (özellikle Many ve Diego), filmin düğüm ve çözümünde duygusal, bebeğe karşı şefkatli, onunla oyunlar oynayabilen bir kimliğe dönüşürler.

Sonuçta bu kimlik; erkeklerin postmodern ve efeminen bir anlayışa karşılık gelmeyen egemen erkek temsiline karşı bir kimliktir, çünkü modern erkek çoğunlukla klasik egemen erkek kavramına daha yakın bir algı ve anlayışa sahiptir. Vurgulanan yönleriyle Buz Devri-I, egemen ideolojinin çizdiği toplumsal cinsiyet temsiliyle fazlasıyla örtüşmektedir.

### **3.2.Shrek'te Toplumsal Cinsiyet Temsili**

Filmde çirkin görünümü, yeşil bir canavar olan Shrek, son derece mutlu bir yaşam sürer. Çamur banyosu yapmaktan ve kendi bataklığında yaşamaktan son derece mutlu olmasına karşın, çevresindekiler onun görüntüsüne, pis kokusuna dayanamaz. Duloc ülkesinde iktidar hırsıyla yanıp tutuşan Lord Farquad, prensesi kurtarmak için Shrek'ten yardım ister. Lord, ideal eş olarak prenses Fiona'yı seçmiştir. Filme ait teknik bilgiler aşağıdaki gibidir:

**Tür :** Animasyon / 3D

**Yapım Yılı:** 2001

**Yapım: ABD / Dreamworks**

**Gösterim Tarihi :** 14 Aralık 2001

**Yönetmen :** Andrew Adamson, Vicky Jensen

**Senaryo :** Ted Elliott, Terry Rossio, Joe Stillma, William Steig (Kitap)

**Müzik :** Harry Gregson-Williams, John Powell, James McKee Smith

Masallar ağızdan ağıza, kuşaktan kuşağa sürüp gider ve tema, değişik olay örgüleri içinde anlatılır durur. Masal kavramını ise "kurmaca (hayal ürünü) olayları nesir (düzyazı) biçiminde dile getiren, kuşaktan kuşağa sözlü olarak aktarılan, toplumsal işlevi de eğlendirmek olan anlatı" şeklinde tanımlayabiliriz (Rifat, 1994'ten aktaran Uluyağcı, 2003: 61). Masalların genel olay örgüsüne bakıldığında iyi-kötü karşıtlıkları kesin olarak belirtilmiştir. Mutlu bir son vardır ve kıssadan hisse çıkarılır. Soyut bir zaman ya da mekânda geçer (Uluyağcı, 2003: 174).

Filmin orijinal dilinde, Fiona ABD, Shrek İskoç, Eşek Afro-American şivesiyle konuşmaktadır (Marshall ve Şensoy, 2009: 161). İngiliz dili ve kültüründe köylülükle itham edilen İskoç şivesi, Şhrek'in toplum dışı bir birey olduğunu görüşünü desteklemektedir. Fiziksel olarak ince beli, kızıl saçları, uzun boyu, uzun bacakları ve biçimli çehresiyle Prensens Fiona, gündüzleri tam anlamıyla prensesler kadar güzeldir. Kendisine yapılan büyü nedeniyle geceleri ise çirkin bir kadına dönüşmektedir.

Öykü tasarımı açısından hâkim masal sunumuna başkaldıran Shrek, peki toplumsal cinsiyet rollerinin temsili bağlamında da egemen anlayışa karşı durabilecek midir? Beyaz atına binmeyen, arkadaşı Eşek'i yanına alan cesur Şhrek, ejderhayı alt ederek Prensens Fiona'yı hapsedildiği şatodan kurtarır. Şhrek; cesur ve korkusuzdur fakat çirkindir. Üstelik de bir devdir.

Masalsı anlatıma sahip bir animasyon olarak Shrek, birçok noktada ise özellikle başkarakterleri aracılığıyla masallardaki klasik anlatı kalıplarını yıkmıştır. Shrek, masallardaki klasik anlatıyı tersyüz edeceğini henüz açılış sekansında izleyiciye haykırır: Çirkin Dev Shrek, okuyup saçma bulduğu *Pinokyo*, *Pamuk Prens* ve *Yedi Cüceler* masal kitabını, tuvalet kâğıdı olarak kullanır. Masalların bu klasik kahramanları Shrek filminde sürgüne gönderilir, kapı dışarı edilir. Masalların klasik anlatısındaki beyaz atlı prens; Shrek filminde çirkin bir dev, beyaz atlı prensin kendisini kurtarmasını bekleyen güzel prenses ise çirkin bir prenses olarak sunulmaktadır (Uluyağcı, 2003: 174).

Beyaz Atsız Dev tarafından kurtarılmayı ilk başta hazmedemeyen prenses, hayal kırıklığına uğramıştır. Bu en başta, okuduğu masallara aykırıdır. Zaten Shrek de toplumun dışladığı çirkin bir devdir, ayrıksıdır. İlk bakışta toplumsal normlara uyan Prensens; zayıf, güzel, uzun boylu, narin bir kadındır. Tam da olması gerektiği gibidir. Klasik anlatıya uygun hareket eden Prensens gittikçe toplumsal cinsiyet kalıplarının dışına çıkar. Dev gibi çirkin bir görünüme sahip olur ve dahası -toplum içinde- geçirir. Özellikle kadına ve yakışıklı erkeğe dair fiziksel görünüş ve davranış anlamında, öykü ilerledikçe toplumsal cinsiyet kalıpları bir bir yıkılmaktadır. Prensensin geceleri çirkinleşmesi, girlpower imgesine bir vurgu olarak gerektiğinde kendini savunabilmesi, Şhrek ve Fiona'nın görgü kurallarını çiğnemesi, Lord Farquad'ın güçlü erkek modeline uymaması gibi yönleriyle Şhrek, diğer masal anlatıları arasında farklı bir noktada konumlanmaktadır.

Sonuç olarak; yaşamdaki nihai amacın aşk olduğunu söyleyen film (Uluyağcı, 2003: 179), temasıyla klasik anlatının klasik bir örneği iken, toplumsal cinsiyet modellerine dair farklı sunumuyla, animasyonlar arasında ayrı bir noktada yer almaktadır. Film bu yönüyle ele alındığında, animasyon filmlerinin özellikle genç kuşaklar üzerindeki kalıp yargıları pekiştirme gücü, diğer yandan aynı genç kuşaklar üzerinde eşitlikçi ve adil kimlik tanımlarının işlendiği, hâkim ideolojilerin klasik ve basmakalıp yargıları yerine daha insan hakları temelli mesajlar üretilmesinde güçlü bir medya alanı haline gelebilme imkânının olduğunu göstermektedir.

### **3.3.Winx Club: Kayıp Krallığın Sırrı'nda Toplumsal Cinsiyet Temsili**

İtalyan yapımı olan Winx Club: Kayıp Krallığın Sırrı filmi, 2004 yılında gösterime girmiştir. Yedinci sezonu çekilen, altı-on dört yaş arası çocukların hedef kitle olarak belirlendiği Winx Club isimli çizgi dizinin sinema filmidir. Film, dizinin devamı niteliğinde değildir (Kılıcı, 2009: 86).

Sihirli Boyut'un savaşçı büyücüleri, kötüyle savaşmak adına kendilerini kurban etmişlerdir. Bu savaşta ailesi kaybolan Prensens Bloom kurtulur ve dünyada kendisini evlat edinen aile tarafından sıradan bir kız çocuğu olarak büyütülür. Ta ki bir peri olduğunu öğrenene kadar. Peri güçlerini geliştirmek için gittiği Alfea Peri Okulu'nda kendisi gibi peri olan beş arkadaşı ile birlikte Winx Club'ı kurar ve birlikte kötülüğe karşı savaşır. Kayıp Krallığın Sırrı'nı ve ailesini arayan Prensens Bloom, kadınlardan oluşan Winx Club ve erkeklerin oluşturduğu Uzmanlar Grubu'nun desteğiyle amacına ulaşacaktır. Film şu bilgileri taşımaktadır:

**Tür:** Animasyon

**Gösterim Tarihi:** 22 Şubat 2008

**Yönetmen:** Iginio Straffi

**Senaryo:** Sean Molyneaux, Iginio Straffi

**Yapım:** 2008, ABD / İtalya

Bloom, cesurdur ve ailesini kurtarmak için kötü güçlerle savaşmaktan çekinmez. Fakat bu cesareti ancak sevgilisi Sky'ın onu cesaretlendirmesi sonrasında gösterebilmiştir. Bloom, desteğinden ötürü Sky'a müteşekkirdiğini belirtir. Erkeğin yardımı olmasa kadının başaramayacağı algısı, geleneksel bakışın kadına yönelik özgüveni eksik anlayışını destekler niteliktedir. "Uzmanlar" olarak adlandırılan erkek arkadaşları savaş ve teknoloji bilgisi üzerine eğitim aldıkları bir okulda savaş sanatını öğrenmektedir. Kadınlar ise ancak "özel güçleri" sayesinde düşmanla savaşabilmektedir. Uzmanların okulu sadece erkeklere eğitim veren bir okuldur.

Egemen anlayışın yaklaşımına göre; mücadele, savaş, teknoloji gibi kavramlar kadınlara uygun değildir ve kadınlar bu konularda edilgin bir konumdadır. Winx Club'ın eğitim gördüğü okul da sadece kadın katılımcılara yöneliktir. Perilik, güzellik, narinlik, gibi kavramlar da erkeklere uygun değildir.

Winx kadınları, peri güçleri olduğunda her türlü düşmanı yenebilmekte, ancak bu güçlerini kullanamadıklarında, yani sıradan kadın haline geldiklerinde, uzmanlar tarafından kurtarılmayı ve yardım edilmeyi beklemek zorundadırlar. Hâkim ideoloji burada da işlemedir: Kadınlar sadece sihir varsa, kurmaca bir gerçeklik çerçevesinde güçlü olabilirler. Gerçek hayatta ise erkeklerin yardımına muhtaçlardır. Böylece erkek hegemonyası altında erkek üstünlüğü doğallaştırılmaktadır (Kılıcı, 2009: 105).

Kusursuz kadın bedenine vurgu yapılarak fiziksel açıdan mükemmel şekilde çizilen Winx Club kadınları, erkeklerden oluşan Uzmanlar Grubu'nun varlığı sayesinde var olmaktadır. Kendilerini sevgilerine beğendirmeye uğraşındaki Winx kadınları, filmin şarkısında da vurgulandığı gibi güzel ve güçlülerdir. Bu güzellik ve gücü değerli kılan ise, sevgililerinin varlığıdır. Kurtarılabilecek yer "krallık"tır. Ülke ve toprak da kavramsal olarak eril bir dile dönüştürülmüştür. Kadınlar özel alanlarında, evin mutfağında erkeğe hizmet etmektedir. Baba, TV izlerken, eşzamanlarda anne ve kız çocukları mutfakta bulaşık yıkamaktadır. Ataerkil düzen, ev işlerini kadına ve yardımcısı olarak kız çocuğuna yüklemektedir.

Winx Club tüm bu yönleriyle, örneklem olarak seçilen filmler arasında erkek otoritesi ve etkinliğinin en çok vurgulandığı film olarak öne çıkmaktadır. Üstelik bu, filmin başrollerinde kadınlar olmasına rağmen, sıklıkla kadınlar gösterilebilir, fakat erkeğin gücü ve önemi ima edilerek ilerlemektedir. Sonuç olarak Laura Mulvey'in 1975 yılında yayınlanan Görsel Haz ve Anlatı Sineması başlıklı makalesinde vurguladığı; filmlerin erkeği özne, kadını ise arzusunun nesnesi olarak resmettiği görüşü (Mulvey'den aktaran Kılıcı, 2009: 34), günümüzde gelinen noktada animasyonlarda da geçerliliğini korumaktadır.

## **Sonuç ve Değerlendirme**

Örneklem olarak seçilen filmler kapsamında, toplumsal cinsiyet temsillerinin animasyonlarda geleneksel bir bakış açısıyla ele alındığı görülmektedir. Filmlerin belirli parçalarında gelenekselden ziyade modernist söyleme ve feminen yaklaşıma yer verilse de bütüne bakıldığında; animasyonların egemen toplumsal cinsiyet modellerinin yılmaz bir savunucusu olduğu ortaya çıkmaktadır. Animasyonlarda; geleneksel aile kalıpları, heteroseksüel ilişki, erkek otoritesi ve üstünlüğü meşrulaştırılmaktadır. Tarihsel olarak yirmi bin yıl öncesinde geçen Buz Devri'nde ya da günümüzde geçen Winx Club'ta durum aynıdır.

İyi-kötü karşıtlığının kesin olarak belirlendiği animasyonlarda düzenin devamını hedefleyen egemen yaklaşım hâkimdir. Bu doğrultuda; animasyonlar içerdikleri teknik-grafik olanakları egemen toplumsal cinsiyet rollerinin temsilinde sıklıkla kullanmaktadır.

Bu çalışmanın örneklemine oluşturan ve klasik sinemanın aksine hedef kitlesi yetişkinlerle birlikte ağırlıklı çocuk ve gençlerden oluşan animasyonlar toplumsal cinsiyet temsili için genç bireylere sunmaktadır. Başka bir ifadeyle, bu animasyonların 'eğlendirirken öğretmek' şeklinde dolaylı bir misyon yüklediklerini belirtmek mümkündür. –Başlıca amaçları bu olmasa da-animasyonlar, yükledikleri bu misyon doğrultusunda genç bireylere toplumsal cinsiyet rollerini henüz küçük yaşlarda öğreten temsillere dönüşmektedir. Animasyonların sahip olduğu bu temsil etkisinin başlıca kaynağı da içerdikleri teknik-grafik olanaklar ve bu olanaklar aracılığıyla yarattıkları ilgi çekici karakterleri ve anlatılarıdır. Çocuklar ve gençler için rengârenk ve büyüleyici bir dünya yaratan bu animasyonlar egemen toplumsal cinsiyet rollerini onlara öğretirken, filmleri onlarla ya da onlardan ayrı olarak izleyen yetişkinlerin de egemen toplumsal cinsiyet temsillerine ilişkin kavrayışlarını tekrar ve eğlenceli bir şekilde pekiştirmektedir.

Toplumsal cinsiyet konusuna başta sosyoloji ve psikoloji alanından olmak üzere önemli katkılar gerçekleştirilmiş ve toplumsal boyutta ne gibi olumsuzluklar yarattığı başka çalışmalarda da irdelenmiştir. Medya araçları ve sunumlarının toplumsal cinsiyet kalıp yargılarını ne şekilde inşa ederek dolaşıma soktuğu da üzerinde durulmuş inceleme alanlarından biridir. Ancak özellikle çocuklar üzerinde günlük akran ve aile ilişkilerini belirleme noktasında oldukça etkili olan animasyon filmlerinin bu açıdan değerlendirmeye tutulması bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmış ve bu çalışmanın neden önemli olduğunu belirlemiştir. Özellikle film karakterleri ile yoğun bir özdeşleşme ve benimseme ilişkisi içinde olan çocukların ileriki yaş

düzeylerinde sergileyecekleri tavır ve davranışlarının akıbetinin oluşmasında etkili olan animasyon filmler bu yönüyle başka derinlikli analizlere de tabi tutulması elzem yapımlardır.

Bu çalışmada gerçekleştirilen analizde Shrek dışındaki diğer iki animasyon filmin egemen toplumsal cinsiyet kalıplarını yeniden inşa edip meşrulaştırdıkları görülürken, Shrek'te standart anlayış ve mesajların dışına çıktığı görülmüştür. Baş karakterin diğer animasyon filmlerin ve medya mesajlarında vurgulanan genç, beyaz, orta yaş ve güçlü erkek anlayışının dışında olması klasik toplumsal cinsiyet rollerinde tanımlanan erkek tanımına uymamaktadır. Çünkü egemen yapımlarda başkarakterler güzel-yakışıklı ve sportif olmalıdırlar.

Toplumsal etki boyutu ile birey ve grupları en etkili şekilde dönüştürebilme ve davranışa sevk edebilme olanağı bulunan medya yapımlarının başında filmler gelmektedir. Her yıl yerli ve yabancı olmak üzere onlarca film sinema salonlarında ve sonrasında televizyonlarda seyircisi ile buluşmaktadır. Bu büyük etki göz önüne alındığında filmlerin toplumların gelişim ve ilerlemesi önünde büyük ket oluşturan feodal ve çağdışı uygulamaları bünyesinde barındıran toplumsal cinsiyet kalıplarını ne şekilde inşa ettikleri hayati önem kazanmaktadır. Toplumsal baskılar, otoriter anlayışlar, şiddet, nefret söylemi ve suç, ırkçılık ve cinsiyetçilik gibi ayrımcı uygulamaların temelinde var olan anlayışlardan birisi de erkek, kadın ve çocuk arasında ayrılıkçı ve adaletsiz yaklaşımları meşrulaştıran toplumsal cinsiyetçi kalıp yargıdır. Bu nedenle daha demokratik ve çağdaş bir toplum düşünün oluşmasında topyekûn medya içerikleri ve özelde animasyon filmleri çoğulcu ve eşitlikçi bir dil ile yapıcı ve onarıcı mesajlar vermesi için daha fazla ve etkili bir bilimsel yönelim gerekli hale gelmektedir. Bu gibi çalışmaların temelinde yatan amaçlar daha aydınlık bir toplumun inşasına katkı sağlarsa, bilimsel ve pratik dünyada hitap edeceği topluluk daha da artacaktır.

### Kaynakça

- Berns, N. (2004). Framing the victim: domestic violence. *Media and social problems*. New York: Aldine De Gruyter.
- Bora, A. (2012). Toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılık. *Ayrımcılık: çok boyutlu yaklaşımlar*. (Der: K. Çayır ve M. Ayan Ceyhan) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Bracher, Mark. (1993). *Lacan, discourse, and social change*, Ithaca & Londra: Cornell University Press.
- Butler, J. (2004). *Undoing gender*. New York: Routledge.
- Camacho, M. (2006). Television and aerobic sport: Empowerment and patriarchy in denise austin's daily workouts. *Sport, rhetoric, and gender*, (Ed. Linda K. Fuller), (pp. 145-157). New York: Palgrave Macmillan,
- Can, A. (1996). *Çocuk ve çizgi film*. Konya: Öz Eğitim.
- Cankoçak, R. (2016). Tek cinsiyetçi toplum modeli ve kadının üç boyutlu yalnızlığı. *Cinsiyeti yazmak*. (Ed. Z. Direk). 215-236. İstanbul: Yapı Kredi.
- Cohen, S. (2002). *Folk devils and moral panics*. London: Routledge.
- Dökmen, Z. Y. (2004). *Toplumsal cinsiyet, sosyal psikolojik açıklamalar*. İstanbul: Sistem yayıncılık.
- Gauntlett, D. (2003). *Media, gender and identity: An introduction*. New York: Routledge.
- Gillam, K., & Wooden, S. R. (2008). Post-princess models of gender: The new man in Disney/Pixar. *Journal of popular film and television*, 36(1), 2-8.
- Gönen, M. (2016, Mart). *Sinemada özdeşleşme nedir*. <http://sinemada-ozdeslesme.nedir.org/> Erişim Tarihi: 21.10.2019
- Güler, D. (1989). Çocuk, televizyon ve çizgi film. *Kurgu Dergisi*. (5). Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi.
- Güngör, E. (1998). *Değerler psikolojisi üzerinde araştırmalar: ahlak psikolojisi. Ahlâkî değerler ve ahlâkî gelişme*, İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- <http://www.sinemalar.com/film/987/Buz-Devri/>
- Humm, M. (1997). *Feminism and film*, Edinburgh: Edinburgh University.
- İmançer, D. (2006). *Medya ve kadın*. Ankara: Ebabel.
- Jewkes, Y. (2004). *Media and crime*. London: Sage.
- Jung, C. G. (2016). *Analitik psikoloji sözlüğü*. Çev: Nur Nirven. İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Kabadayı, L. (2015). Sinemada felsefe ve film-felsefesi üzerine. *Doğu Batı*, 72, 89-116.

- Kellner, Fox E. (2007). *Toplumsal cinsiyet ve bilim*, İstanbul: Metis Bilim.
- Kılıcı, Ş. (2009). *Tüketim toplumunun bir formu olarak çizgi filmlerde çocukluk ve toplumsal cinsiyet temsilleri: Barbie, Bratz ve Winx Club*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli.
- Leader, D. ve Groves, J. (2000). *Introducing Lacan*, Cambridge: kon Books Ltd.
- Marshall, E. ve Şensoy, Ö. (2009). The same old hocus-pocus: pedagogies of gender and sexuality in Shrek-I 2. *Discourse: studies in the cultural politics of education*. Vol. 30, (2), 151-164. Routledge.
- Mencütekin, M. (2014). *Lacan ve sinema sanatı*. Arı Sanat Yayınları: İstanbul.
- Mora, N. (2005). Kitle iletişim araçlarında yeniden üretilen cinsiyetçilik ve toplumda yansıması. *Journal of Human Sciences*, 2(1). 1-7.
- Özön, N. (1981). *Sinema ve televizyon terimleri sözlüğü*. Ankara: Türk Dil Kurumu.
- Pira, A., & Elgün, A. (2004). Toplumsal cinsiyeti inşa eden bir kurum olarak medya; reklamlar aracılığıyla ataerkil ideolojinin yeniden üretilmesi. In 2nd International Symposium Communication in the Millennium, retrieved from: <http://cim.anadolu.edu.tr/pdf/2004/1130848482.pdf>. Date consulted: October (Vol. 21, p. 2014).
- Rushton, Richard ve Gary Bettinson. (2010). *What is film theory?*. N.York: Open University Press.
- Takımcı D. ve Boz M. (2015). Zeki Demirkubuz filmlerinin ortak anlatı yapısı: tema, zaman, mekan, karakter, sinematografi. *Doğu Batı*, 72, 255-285.
- Uluyağcı, C. (2003). Shrek üzerine bir inceleme: Kurtarıcı ve aşık olmak kavramlarının yeniden sunumu. *Kurgu Dergisi*. (20). Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi.

## Extended Abstract

### Aim and Scope

The concept of gender refers to an identity acquired through social norms and sexual characteristics that an individual possesses in other people. The perceptions of gender, which have been shaped over many years and encapsulated in cultural codes, allow for the establishment of an unjust and unequal system, sometimes directly or indirectly, between men and women, young and old, majority-minority and east-west.

Official ideologies - the ideological apparatuses of the state - and the prevailing perspectives rebuilt the gender perception and make it accepted by the rest of society. One of the most valid and effective ideological tools is the media. The media effectively disseminate messages that contain unequal codes, such as the perception of gender as a whole. However, some media presentations do this dissemination by entertaining and especially by influencing younger generations.

Especially film is one of the strong areas of media ecology that validates the dominant ideology in a society. It did not take long to understand the effect of modern cinema on societies. At this point, animated films, which are a relatively new field other than classical cinema production, produce messages that appeal to both children and adults.

### Methods

Animated films, unlike cinema experiences with a cartoon effect, entertain them while transmitting their messages to the target audience and often construct their discourse in a closed and humorous manner. For this reason, the samples have been chosen among the animated films.

In the analysis of the samples, a qualitative approach was adopted and the meaning in the gender context was focused. For this reason, the aspects of the narratives and stories of the protagonists that affect the perception of gender have been analyzed in the films. In these discourses and stories, both classical gender roles (male-female relations, child care and daily work distribution, male and female emotion and thought patterns) were evaluated. Animations, like other media content and formations, are thought to be effective in rooting gender roles.

In this study, it is emphasized how gender roles are represented in animation as a social communication tool and a cinematic sub-genre. In this context; in terms of a masculine structure and male characters Ice Age-I, for its opposing the traditional fairy-tale princess representation of cartoons and the handsome male lead Shrek-I, and finally, as an animation directed towards the female gender Winx Club: The Secret of the Lost Kingdom have been chosen.

## Findings

While the early / classical cartoons of the cinema appeal mostly to children, the interests and tastes of children and adults can be close to each other in the recent animation cinema. Nowadays, it is seen that the laughter and perception activities directed towards adults are frequently used in animations. The same animation can incorporate codes and messages that appeal to the interest of both the child and the adult. Finally, it is accepted that animation is accepted as a kind of film directed towards children (Kılıc, 2009: 98).

During the Ice Age-I, the male characters, especially Manny and Diego, are extremely harsh and emotionless. The male characters, who make up almost all of the characters in the film, are absolute masters of the film narrative. Male characters, which initially fit in the dominant-patriarchal structure in terms of gender models, later prove that they actually have feelings in the later stages of the film, in protecting and caring for the baby. This sensuality appears in the form of instinctual compassion in general, rather than effeminate attitudes, helping the baby to defend.

In Shrek, the princess, who was unable to digest the rescue by the Giant who without White Horse, was disappointed. This is contrary to the tales she read in the first place. In fact, Shrek is an ugly giant that is excluded from society. At first glance, Princess meets social norms; she is a thin, beautiful, tall, delicate woman. It's exactly what it should be. Acting in accordance with the classical narrative, the Princess is increasingly out of gender stereotypes. It has an ugly appearance and moreover burp in society. Especially in terms of physical appearance and behavior of women and handsome men, gender stereotypes collapse one by one as the story progresses. Shrek is positioned at a different point among other fairy-tale narratives, such as the princess becoming ugly at night, defending herself when necessary as an emphasis on the girlpower image, Shrek and Fiona breaking the rules of etiquette, and disobeying Lord Farquard's strong male model.

On the other side, Winx women can defeat all enemies when they have fairy powers, but when they cannot use them, they become ordinary women, they must wait to be rescued and helped by experts. The dominant ideology also works here: Women can only be powerful in a fictional reality if there is magic. In real life they need help from men. Thus, male superiority is naturalized under male hegemony (Kılıc, 2009: 105). In all these aspects, Winx Club stands out as the most emphasized male authority and activity among the films chosen as samples, and despite the fact that women are frequently shown, the power and importance of the man is implying. As a result, the view that films depict man as a subject and woman as an object of desire still maintains its validity in animations.

## Conclusion

Within the scope of the films selected as samples, it is seen that gender representations are mostly handled with a traditional point of view in animations. Although certain parts of the films include modernist discourse and feminine approaches rather than traditional ones; animations are a staunch defender of the dominant gender models. In animation; traditional family patterns, heterosexual relationships, male authority and superiority are legitimized. Historically, the situation is the same in the Ice Age, which took place twenty thousand years ago, or in the present Winx Club.

Unlike classical cinema, the animations of this study, which consist mainly of adults and children and young people, provide gender representation to young people. In other words, it is possible to state that these animations have an indirect mission in the form of teaching while entertaining.

# Lise ve Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Eğilimlerinin Karşılaştırılması: Gediz Örneği

## Comparison of High School And University Students' Tendencies of Social Media Use: The Case of Gediz

Yusuf Uysal<sup>1</sup>

### Öz

Dijital çağda internet teknolojilerinin insanlığa sunduğu en önemli kazanımlardan biri olan sosyal medya (SM) her yaşta insanların ilgisini çekmeyi başarmaktadır. Ancak, çeşitli bilimsel çalışmalarla da ispatlanan gençlerin SM kullanım oranlarının yüksekliği, üzerinde önemle durulması gereken bir konudur. Çünkü, diğer bir çok teknolojik gelişmede olduğu gibi, doğru kullanımda sayısız avantajlara sahip olan SM, yanlış ve aşırı kullanımlarda çeşitli olumsuzluklara da yol açabilmektedir. Bu bağlamda, bu çalışmada lisede ve üniversitede okuyan gençlerinin SM kullanım eğilimlerinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca, liseden üniversiteye SM kullanım eğilimleri karşılaştırılarak öğrencilerin tercihlerindeki değişimin ortaya koyulması amaçlanmaktadır. Bu amaçlarla, Kütahya'nın Gediz İlçesinde bulunan Meslek Lisesi (ML) ve Meslek Yüksekokulu (MYO) öğrencilerine anket yöntemi uygulanmıştır. Anket, çoktan seçmeli, liste, kategori ve sıralama soru tiplerinden oluşan toplam 14 sorudan oluşmuştur. Örneklemin seçiminde basit-tesadüfî örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen veriler SPSS 20.0 programı ile değerlendirilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde tanımlayıcı istatistiksel metotlar kullanılmıştır. Çalışmada, MYO ve ML öğrencilerinin SM kullanımının benzerlikler göstermelerine rağmen önemli derecede farklılıklarının da olduğu sonucu elde edilmiştir. Ayrıca, MYO öğrencilerinin daha yüksek oranlarda SM kullandıkları ve kendilerini "SM bağımlısı" olarak gördükleri gibi çeşitli ve önemli sonuçlara ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya, Lise Öğrencileri, Üniversite Öğrencileri, Sosyal Medya Kullanımı

### Abstract

Social media (SM) which is one of the most important gains offered to humanity by the internet technologies in the digital age, has succeed to attract the attention of people of all ages. However, the high rate of SM use of young people, which has been proved by various scientific studies, is an important issue that needs to be emphasized. As in many other technological developments, SM has numerous advantages if used properly and it can lead to various adverse events when it is misused or overused. In this context, this study aims to determine the tendency of SM use among high school and university students. In addition to this, it is aimed to reveal the change in students' preferences by comparing the tendencies of using SM of high school and university. For this purpose, the questionnaire method was applied to the students of vocational school of higher education (VSHE) and Vocational High School (VHS) in Gediz District of Kütahya. The questionnaire consisted of 14 questions including multiple choice, list, category and ranking question types. In the selection of the sample, simple-random sampling method was used. The data obtained was evaluated with SPSS 20.0 program. Descriptive statistical methods were used to evaluate the data. In this study, it was concluded that despite the similarities between the SM use of the students of VSHE and VHS, there were also significant differences between their SM use. Furthermore, some other important results have been obtained showing that VHS students use SM at higher rates and describe themselves as "SM addict".

**Keywords:** Social Media, High School Students, University Students, Use of Social Media

### Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL: I23, L82, L86

Submitted: 28 / 10 / 2019

Accepted: 10 / 12 / 2019

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Gediz Meslek Yüksekokulu, uysal20@hotmail.com, Orcid: 0000-0003-3872-3119



## Giriş

Yaklaşık son 30 yıldır bilgi ve iletişim teknolojilerindeki baş döndürücü gelişmeler bireysel ve toplumsal hayatın her aşamasında etkisini güçlü bir şekilde göstermiş, yeni iletişim yöntemlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu süreçte özellikle kişi ve gruplar arasında daha çok etkileşimde bulunma imkânı sağlayan SM platformlarının yaygınlık kazanması iletişim yöntemlerinde köklü değişim ve dönüşümlerin yaşanmasını beraberinde getirmiştir. Taşınabilir cihazların yaygınlaşmasının da erişimi kolaylaştırmada temel rol üstlendiği bu süreçte SM, kullanıcı olan herkese kendi medyasını kurma ve işletme imkânı sağlamaktadır. Bu durum, özellikle gençlerin daha çok takipçi ve beğeni oranlarına ulaşmak amacıyla SM'ye odaklanmalarına ve "SM fenomenliği" veya "YouTuber"lık gibi yeni uğraş alanlarının ortaya çıkmasına sebep olmaktadır.

Gençler fotoğraf, video ve bilgi paylaşmak, yeni arkadaşlar edinmek, başkalarının gönderilerini beğenmek ve yorum yapmak, boş zamanlarını değerlendirmek, sohbet etmek, oyun oynamak gibi amaçlarla SM'yi yoğun olarak kullanmaktadır. Ancak, ortalama 15 yaşlarında olan lise öğrencilerinin SM kullanım amaçları ile ortalama 20 yaşlarında olan üniversite öğrencilerinin SM kullanım öncelikleri arasında bazı farklılıklar söz konusu olabilmektedir. Bu farklılık, SM'nin günlük kullanım süreleri, bağımlılık oranları, tercih edilen SM ağları ve sayıları gibi yönlerde kendisini göstermektedir.

Bu çalışmada, lise ve üniversite öğrencilerinin SM tercihlerinin karşılaştırılması yapılarak, liseden üniversiteye öğrencilerin SM eğilimlerinin değişip değişmediği veya ne yönde değiştiği araştırılmaktadır. Üç bölümden oluşan bu çalışmanın birinci bölümünde araştırmanın metodolojisi açıklanmakta, ikinci bölümünde SM'nin kavramsal ve literatür boyutu ele alınmaktadır. Üçüncü bölümde ise, araştırmanın bulguları açıklanmaktadır. Bu bölümde lise ve üniversite öğrencilerinin tercih ettikleri SM platformları, günlük SM'de geçirdikleri süreler, SM'ye üyelik süreleri, SM'ye girme sıklıkları, paylaşım içerikleri, SM'yi tercih sebepleri ve SM bağımlılık düzeyleri gibi pek çok konuda lise ve üniversite öğrencilerinin tercihleri ve bu tercihler arasında karşılaştırmalarla ilgili bulgulara yer verilmektedir.

## 1. Araştırmanın Metodolojisi

Araştırmada Kütahya'nın Gediz ilçesinde yer alan ML ve MYO öğrencilerine SM kullanımlarıyla ilgili anket soruları yöneltilmiştir. Bu bağlamda, araştırmanın evreni Gediz İlçesinde yaklaşık 400 ML öğrencisi ve 1100 MYO öğrencisi; örnekleme ise, 60 (40 erkek, 20 kız) ML ve 180 (90 erkek, 90 kız) MYO öğrencisidir. Örnekleme oluşturan öğrenci sayılarının toplam öğrenci sayıları ve kız/erkek öğrenci sayıları ile orantılı olmasına dikkat edilmiştir. Örnekleme oluşturan öğrenci sayıları toplam ML ve MYO öğrencilerinin yaklaşık %15'ine karşılık gelmektedir. Ankete katılan öğrencilerin yaş ortalaması ML'de 15,68, MYO'da 20,28'dir. Rastgele seçilen öğrencilere çoktan seçmeli, liste, kategori ve sıralama soru tiplerinden oluşan toplam 14 soru yöneltilmiştir.

Araştırma, lise ve üniversite öğrencilerinin SM tercihlerini ortaya koyması ve karşılaştırma yapılması bakımından önemlidir. Ayrıca, lise ve üniversite öğrencilerinin mesleki eğitim görenler arasından seçilmesi benzer koşullar ve süreçlere sahip olmalarıyla ML'den MYO'ya SM tercihlerinin nasıl değiştiğinin ortaya koyulması açısından önem arz etmektedir. Araştırma, Gediz İlçesi'nde ML ve MYO öğrencilerine yönelik olarak gerçekleştirildiğinden diğer liseler veya diğer yükseköğrenim birimlerinde okuyan öğrencilerin tercihlerinin araştırma kapsamına alınmaması araştırmanın sınırlılıklarındandır. Ayrıca, yükseköğrenim görmeyen gençler de araştırma kapsamı dışında tutulmuştur.

Sorulara verilen cevaplar SPSS 20.0 programı ile değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlar grafiklere ve tablolara aktararak analiz edilmiştir.

Araştırmada lise ve üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım eğilimlerinin tespit edilmesi amacıyla önceki dönem çalışmalar doğrultusunda aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

**H1:** Üniversite öğrencilerinin SM kullanım oranları lise öğrencilerinden daha yüksektir.

**H2:** Üniversite öğrencilerinin kullandıkları SM platform sayısı lise öğrencilerinden daha fazladır.

**H3:** Üniversite öğrencileri lise öğrencilerine oranla SM'de daha fazla zaman geçirmektedirler

**H4:** Üniversite öğrencilerinin lise öğrencilerine oranla SM bağımlılık oranları daha yüksektir.

**H5:** Üniversite ve lise öğrencilerinin en çok kullandıkları SM platformları YouTube ve facebook'tur.

## 2. Sosyal Medya: Kavramsal Çerçeve

World Wide Web'in ilk versiyonu olan ve 1989'dan 2005'e kadar uygulanan Web 1.0 "bilgi bağlantısı ağı" olarak tanımlanmaktadır. Kullanıcıların pasif bir rol üstlendiği Web 1.0, kullanıcılara bilgi alışverişi ve etkileşim sağlamada oldukça düşük olanaklar sunmaktaydı (Khanzode ve Sarode, 2016: 2). World Wide Web'in bu versiyonu düşük düzeyde etkileşim sağlamanın yanında, az sayıda bilgi üreticisinin olduğu ve bir kaynaktan çoklu alıcılara doğru iletişim olarak tanımlanan tek yönlü iletişim şekli ile karakterize edilmektedir. Bu versiyonda bireyler genellikle e-posta, Usenet ve ilanlara erişimler yoluyla içerik oluşturmuşlardır (Ellison ve Hardey, 2014: 24).

Kullanıcıların pasif bir rol üstlendiği Web 1.0 versiyonuna göre Web 2.0 versiyonu kullanıcılara aktif içerik oluşturma izni vermesiyle interneti dönüştürmüştür (Dadashzadeh, 2010: 81). Kullanıcıların her zaman bağlanabilmelerini sağlayan mobil cihazların yaygınlaşması bu versiyonun geniş çapta tanınmasına sebep olmuştur. Günümüzde kullanıcılar çok çeşitli platformlarda metin, resim ve video gibi içerikleri tek başlarına veya birlikte sorunsuz bir şekilde oluşturabilmekte ve daha önemlisi bu içerikleri paylaşabilmektedir (Ellison ve Hardey, 2014: 24). Web 2.0'in sahip olduğu en önemli yeniliklerden biri internet üzerinden paylaşılan veri ve bilgileri işbirliği içinde oluşturma konusunda kullanıcılara çeşitli platformlar sunmasıdır (Seigler, 2017: 74). Bu özelliği ile Web 2.0 internet tabanlı bir medya olan ve oldukça etkileşimli bir kitle iletişim platformu niteliğine sahip SM'nin kullanımı ve yaygınlaşmasına imkan sağlamıştır. SM'nin yaygınlık kazanması Web'in etkileşim boyutunda büyük bir gelişme yaşanmasına yol açmıştır. Bu platformlar kullanıcılar tarafından içeriğin oluşturulması ve yaygınlanmasındaki sınırlamaları azaltıcı bir özellik taşımaktadır (Qiu vd. 2019: 274).

SM'nin yaygınlaşmasında mobil cihazlar ve web tabanlı teknoloji kullanımlarındaki artışlar etkili olmuştur. Ayrıca, SM bireylerin ve toplulukların kullanıcı tarafından oluşturulan içeriği paylaşma, birlikte oluşturma, tartışma ve değiştirme yoluyla yüksek düzeyde etkileşim oluşturma fonksiyonuna sahip bir platformdur (Kietzmann vd, 2011: 241). Bu bağlamda, "SM sosyal etkileşimi kolaylaştıran, işbirliğini mümkün kılan ve paydaşlar arasında müzakere sağlayan teknolojiler" şeklinde tanımlanmaktadır (Dadashzadeh, 2010: 81). Başka bir tanımda da SM, insanların belirli bir konuda birbirleriyle bağlantı kurmalarını ve birbirleriyle etkileşimde bulunmalarını veya çevrimiçi olarak sadece zaman geçirmelerini sağlayan sanal topluluk veya platformlar olarak tanımlanmaktadır (Cheung vd., 2011: 1337).

Kullanıcılar için "işbirliği", "katılım", "güçlendirme" ve "zaman" olarak dört ana potansiyel güce sahip olan SM, "sosyal etkileşim" şeklinde tanımlandığı gibi doğası gereği işbirlikçi ve katılımcı bir yapıya sahiptir. SM, kullanıcıların sosyalleşmelerine, bilgi paylaşımı yapmalarına veya ortak bir hedef belirlemeleri için topluluklar oluşturmalarına olanak sağlamaktadır. Ayrıca, kullanıcılarına konuşma platformu oluşturma imkanı verdiği için onları güçlendirici bir etkiye de sahip olan SM, internete erişimi olan herkese bilgiyi anında, gerçek zamanlı ve ucuz bir şekilde yayma olanağını vermektedir (Magro, 2012: 149).

Kısa bir geçmişe sahip olmakla birlikte iletişim ve haberleşme yöntemlerinde köklü değişimlere sebep olması, kişilere kendi etki alanlarını oluşturma konusunda sunduğu olanaklar ve ulaşım kolaylığı gibi özellikler SM'nin kullanım oranlarında hızlı bir artış yaşanmasına sebep olmuştur. 2019 yılında dünya genelindeki internet kullanıcılarının sayısı yıllık %9.1 artışla 4.388 milyara, SM kullanıcılarının sayısı yıllık %9 artışla 3.484 milyara ulaşmıştır. Dünya nüfusu göz önünde bulundurulduğunda internet erişimi %57, SM kullanımı %45 ve mobil SM kullanımı %42 seviyelerinde gerçekleşmektedir. Ülkeler bazında değerlendirildiğinde ise, internet ulaşımının en yüksek olduğu ülkeler Birleşik Arap Emirlikleri (%99), Tayvan (%89) ve Güney Kore'dir (%85). Türkiye'de bu oran %63 olup dünya ortalamasının oldukça üstündedir (CHAFFEY, <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/> Erişim Tarihi: 15.10.2019). Günümüzde wikiler, fotoğraf paylaşım platformları, video paylaşım siteleri, iş ağları, bloglar, mikro bloglar ve forumlar biçiminde sosyal ağ uygulamalarına rastlanmaktadır.

Literatürde SM konusunda yapılan araştırmalar kullanım oranlarındaki artışla paralellik göstermekte; SM'ler çeşitli alanlarda, çeşitli boyutlarıyla bilimsel araştırmalara konu olmaktadır. Özellikle eğitim-"öğretim alanında ve gençlerde SM kullanımı" üzerinde pek çok araştırma yapılan bir konudur. Örneğin, Aleksandrova ve Parusheva yükseköğretim kurumlarında SM kullanım kalıplarının tespitine yönelik yaptıkları ampirik çalışmada öğrencilerin eğitim süreci ile ilgili iletişimde çeşitli SM araçlarını ve kanallarını proaktif olarak kullandıklarını ve içerik oluşturma ve ek öğrenme konusunda bazı SM kanallarını bilimsel veri tabanları ve e-kitaplara kıyasla daha fazla tercih ettiklerini tespit etmişlerdir (Aleksandrova ve Parusheva, 2019: 119). Stathopoulou ve diğerlerinin de eğitimcilerin ve öğrencilerin bakış açılarını kullanarak lisans eğitiminde destekleyici bir araç olarak SM'nin benimsenmesini inceledikleri araştırmalarında hem eğitimcilerin hem de öğrencilerin SM'yi derslerin sunumuna ve değerlendirmesine dahil etmenin önemini kabul ettiğini ifade etmektedirler. Ayrıca yazarlar, eğitimcilerin ve öğrencilerin öğrenme deneyimi, katılım ve örgütsel becerilerinin geliştirilmesi üzerindeki SM'nin olumlu etkisini kabul ettiklerini vurgulamaktadırlar (Stathopoulou, Siamagka ve Christodoulides, 2019: 421).

Stoicescu ve Stanescu SM kullanımının beden eğitimi ve spor alanında beceri eğitimi sürecinde etkilerini araştırmak amacıyla yaptıkları araştırmada SM kaynaklarının eğitim içeriği oluşturma ve paylaşmada, topluluk içinde etkileşimi kolaylaştırmada ve alan için fırsatlar geliştirmede aktif rolü olduğunu ifade etmektedirler (Stoicescu ve Stanescu, 2018:

346) ). Vivakaran ve Maraimalai ise, çalışmalarında Hindistan yükseköğretim sistemine bağlı öğretim üyelerinin SM teknolojilerinin eğitimde yardımcı olarak kullanılmasına yönelik iyimser bir tutum sergilediklerini ortaya koymaktadırlar (Vivakaran ve Maraimalai, 2018: 2884).

Türkiye’de de eğitim alanında SM’nin öğrenciler üzerindeki etkileri ve öğrencilerin SM kullanım eğilimlerinin tespit edilmesine yönelik çok sayıda araştırma yapılmıştır. Örneğin Sarsar ve diğerlerinin öğrenenlerin öğretme-öğrenme sürecinde SM kullanımına ilişkin görüşlerini belirlemek amacıyla doktora öğrencilerine yönelik yaptıkları çalışmada SM’nin öğretme-öğrenme süreci için verimli ve gerekli bulunduğu sonucuna ulaşmışlardır (Sarsar vd., 2015: 426). Söylemez ve Oral’da eğitim fakültesi lisans programlarının son sınıflarında öğrenim gören öğretmen adaylarının SM ortamlarını kullanma durumlarına göre çok kültürlülüğe ve çok kültürlü eğitime ilişkin görüşlerini değerlendirmeyi amaçladıkları araştırmalarında öğretmen adaylarının büyük çoğunluğunun SM kullanımının çok kültürlü bir bakış açısı kazandırabileceğini düşündükleri sonucuna ulaşmışlardır (Söylemez ve Oral, 2018: 1745). Bodur ve Korkmaz’ın çalışması ise, ilahiyat fakültesi öğrencilerinin SM kullanımları ve dindarlıkla ilişkisini ele almaktadır. Yazarlar araştırmalarında ilahiyat Fakültesi öğrencilerinin SM kullanımı konusunda oldukça aktif olduklarını ve erkek öğrencilerin kız öğrencilere oranda daha yüksek oranda SM kullandıklarını tespit etmişlerdir (Bodur ve Korkmaz, 2017: 329).

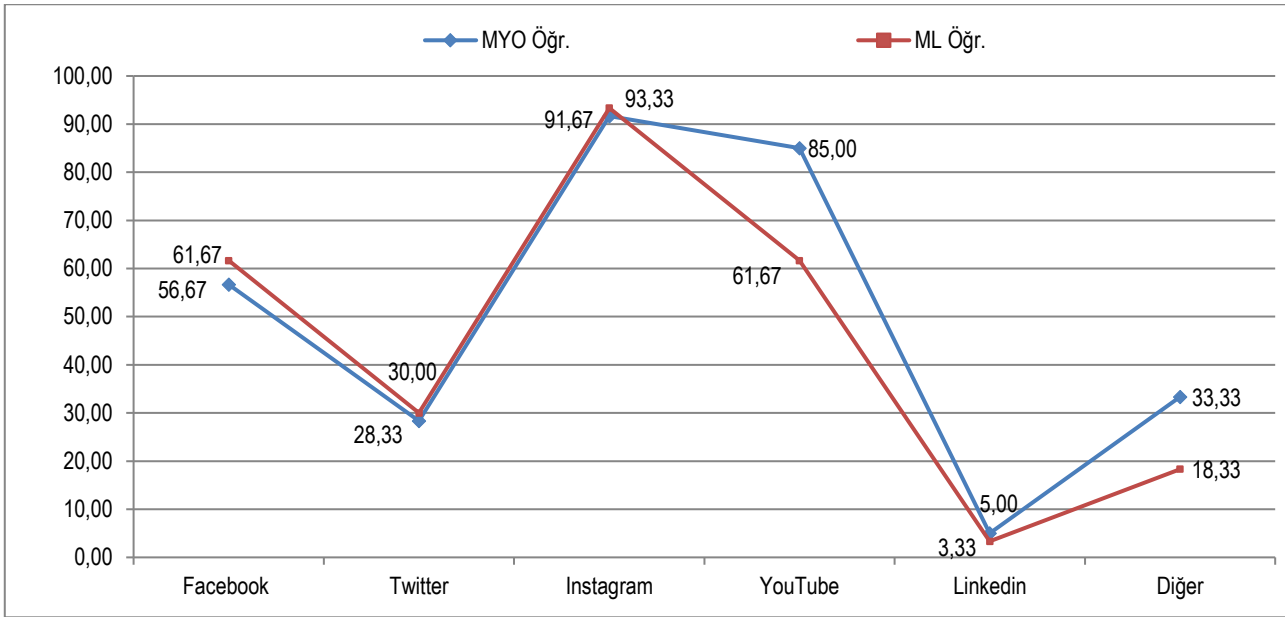
Bingöl ve Tahtaloğlu, Gazi Üniversitesi’nin SM kullanımı konusunda izlediği stratejinin anlaşılmasına yönelik araştırmalarında, Gazi Üniversitesi’nin bilinçli olarak izlediği bir SM stratejisinin olmadığını ancak, üniversitenin bilinçsiz de olsa belirli ilkeler çerçevesinde ve kurumsal imajı değiştirmek amacı doğrultusunda paylaşımlar yaptığını tespit etmişlerdir. Yazarlar çalışmada Üniversite’nin paylaşım içeriklerinin belirliliği ve paylaşımların düzenliliği bakımlarından bilinçsiz de olsa bir SM stratejisine sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır (Bingöl ve Tahtaloğlu, 2017: 2422). Korucu ve Usta da SM öğretmen-öğrenci etkileşim düzeylerini belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirmek amacıyla yaptıkları çalışmada beş basamaklı, likert tipi, 6 faktör altında toplanan ve 34 maddeden oluşan bir ölçek geliştirmişlerdir (Korucu ve Usta, 2017: 212). Seyhan ve Erciş ise, SM’yi yoğun olarak kullanan kullanıcıların demografik özellikleri ile SM ağlarının kullanımı arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla yaptıkları çalışmada, kullanıcıların yaşı ile Tumblr, Facebook, Twitter, Instagram kullanımı arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif ilişki olmasına rağmen, kullanıcıların yaşı ile Snap Chat kullanım oranı ve kullanıcıların gelirleri ile Tumblr ağı arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki olmadığı sonucunu elde etmişlerdir (Seyhan ve Erciş, 2014: 12).

### 3. Araştırmanın Bulguları

ML ve MYO öğrencilerinin SM kullanım eğilimleri ile ilgili araştırmanın bulguları aşağıda 9 başlıkta toplanmaktadır. Bulgular öğrencilerin bazı SM alışkanlıklarının birbirine benzerlik gösterirken, bazı alışkanlıklarının önemli ölçüde ayrıldığını ortaya koymaktadır.

#### 3.1. SM Kullanım Oranları İle İlgili Bulgular

Grafik 1’de ML ve MYO öğrencilerinin SM ağlarını kullanım oranları görülmektedir. Buna göre, en çok dikkat çeken bulgulardan biri ML ve MYO öğrencilerinin SM kullanım oranlarının birbirlerine yakınlığıdır. Grafikte en yüksek farkın YouTube kullanımında, en düşük farkın da Twitter, Instagram ve LinkedIn kullanımında gerçekleştiği görülmektedir. Buna göre, YouTube ML öğrencilerinin %61,67’si (n=37) tarafından kullanılırken, MYO öğrencilerinin %85,00’i (n=153) YouTube kullanıcısıdır. ML ve MYO öğrencilerinin Twitter, Instagram ve LinkedIn kullanım oranları birbirlerine oldukça yakındır. ML öğrencileri Twitter ve Instagram’ı MYO öğrencilerinden %1,67 oranında daha fazla kullanırlarken, LinkedIn’i ise %1,67 oranında daha az kullanmaktadırlar. Facebook ise, ML öğrencilerinin %61,67’si (n=37) tarafından kullanılırken, bu oran MYO öğrencilerinde %56,67’dir (n=102).



**Grafik 1. SM Platformları Kullanım Oranları (%)**

ML ve MYO öğrencileri arasında SM platformları kullanım oranlarında anlamlı farkların olmaması (YouTube kullanım oranları hariç) öğrencilerin SM kullanım tercihlerini lise ve/veya öncesi dönemde belirledikleri ve bu konudaki tercihlerini çok fazla değiştirmediklerini ortaya koymaktadır. Başka bir deyişle, öğrencilerin kullandıkları SM platformları konusunda tercihleri lise ve öncesindeki dönemde şekillenmektedir. Öğrenciler bu dönemlerde edindikleri alışkanlıkları üniversite döneminde çok fazla değiştirme eğiliminde değillerdir.

Grafik 1'e göre, Instagram ML ve MYO Öğrencileri arasında en yüksek kullanım oranına sahip SM platformudur. Instagram ML öğrencilerinin %93,33'ü (n=56), MYO öğrencilerinin %91,67'si (n=165) tarafından kullanılmaktadır. ML öğrencileri arasında Instagram'dan sonra SM kullanım oranları Facebook ve YouTube %61,67 (n=37), Twitter %30 (n=18), Diğer SM'ler %18 (n=11) ve LinkedIn %3,33 (n=2) olarak gerçekleşirken, MYO öğrencileri arasında YouTube %85,00 (n=153), Facebook %56,67 (n=102), Diğer SM'ler %33,33 (n=60), Twitter %28,33 (n=51) ve LinkedIn %5,00 (n=9) oranında kullanıma sahiptir.

SM kullanım oranları ML ve MYO öğrencileri arasında cinsiyete göre birbirinden farklı dağılım göstermektedir. Buna göre, ML'de kız ve erkek öğrenciler eşit oranda (%30) Twitter kullanırlarken, diğer SM platformları kullanımı kızlar arasında daha yüksek orandadır. Geri kalan üç SM platformunun (Facebook, Twitter ve Instagram) kullanım oranları erkeklerde daha yüksek seviyelerdedir. Özellikle Instagram kullanımının cinsiyete göre dağılımı incelendiğinde hem ML hem MYO öğrencileri arasında erkeklerin daha fazla oranda Instagram kullanım oranlarına sahip oldukları görülmektedir. Buna göre, Instagram'ı ML'de kız öğrencilerin %80'i (n=16), erkek öğrencilerin %100'ü (n=40) kullanırken, MYO'da kız öğrencilerin %90'ı (n=81), erkek öğrencilerin %93,33'ü (n=84) kullanmaktadır. ML kız öğrencilerinde YouTube kullanımı %55,00 (n=11), erkek öğrencilerde %65 (n=26) olarak gerçekleşirken, MYO'da YouTube kullanımı kız öğrencilerde %76,67 (n=69), erkek öğrencilerde %93,33 (n=84) olarak gerçekleşmektedir. Bu oranlardan hem ML hem MYO'da Instagram kullanımında olduğu gibi YouTube'un da erkek öğrenciler tarafından daha fazla kullanıldığı anlaşılmaktadır.

ML ve MYO öğrencileri arasında Instagram ve YouTube'dan sonra en çok kullanılan SM platformları sırası ile Facebook, Twitter, Diğer SM platformları ve LinkedIn olarak sıralanmaktadır. Ayrıca, diğer SM'lerin kullanım oranlarında ML ve MYO öğrencileri arasında önemli bir fark görülmektedir. ML öğrencilerinin sadece %18,33'ü (n=11) diğer SM platformlarını kullanırken MYO öğrencilerinde bu oran %33,33 (n=60) olarak gerçekleşmiştir. Bu veri ML'den MYO'ya kullanılan SM platformu çeşitliliğinin arttığını göstermesi bakımından anlamlıdır.

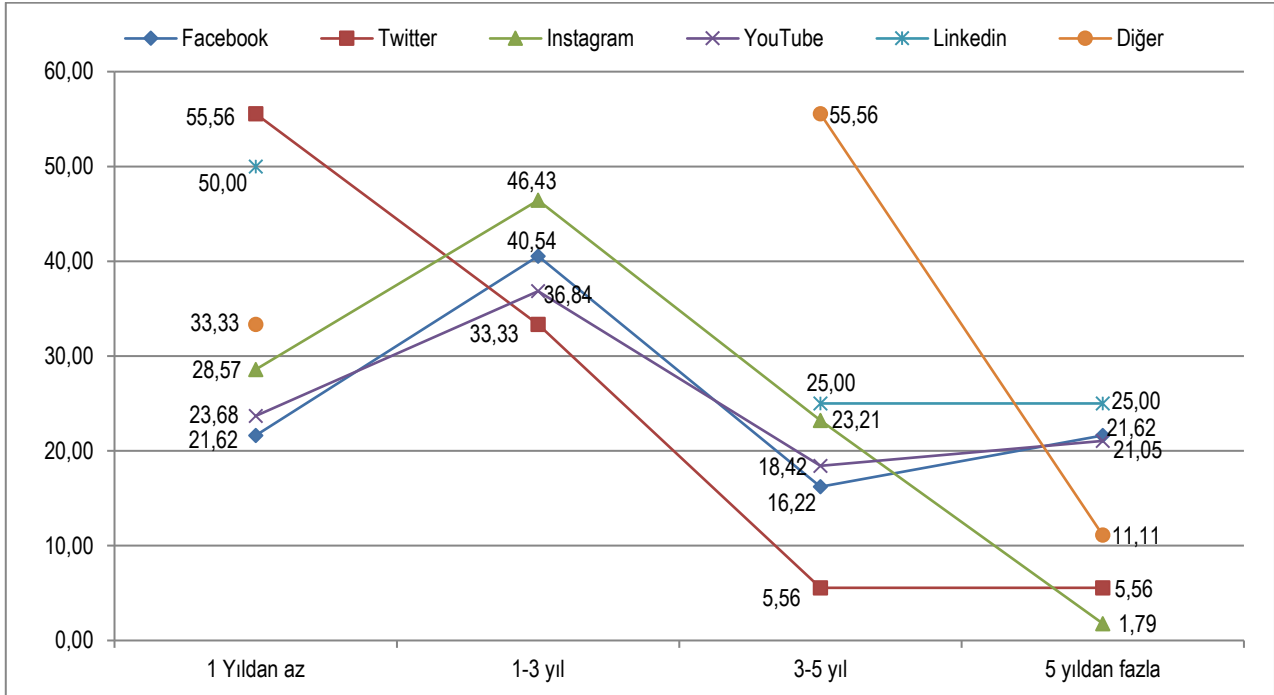
### 3.2. SM Kullanım Süreleri İle İlgili Bulgular

Grafik 2'de ML öğrencilerinin SM kullanım süreleri görülmektedir. Buna göre, Facebook kullanan öğrencilerin (ML öğrencilerinin %61,67'i Facebook kullanmaktadır) %21,62'si (n=8) Facebook kullanımına bir yıldan daha az bir süre önce başlamıştır. Facebook kullanan ML öğrencilerinin %40,54'ü (n=15) 1 ile 3 yıl arasında bir süredir Facebook kullanırken, %16,22'si (n=6) 3 ile 5 yıl arasında ve %21,62'si (n=8) 5 yıldan daha fazla bir süredir Facebook kullanmaktadır. ML öğrencilerinin yaş ortalamalarının 15,68 olduğu göz önünde bulundurulduğunda Facebook kullanan öğrencilerin ortalama

olarak %21,62'nin Facebook kullanmaya on yaşında veya daha erken yaşlarda başladığı anlaşılmaktadır. Kullanım süresi açısından YouTube da Facebook'a yakın değerlere sahiptir.

ML öğrencilerinin %30'u (n=18) Twitter kullanmaktadır. Grafik 2'de araştırmaya katılan ve Twitter kullanan öğrencilerin %55,56'sı (n=10) bir yıldan daha az bir süredir Twitter kullandıkları görülmektedir. %33,33'ü (n=6) 1 ile 3 yıl arasında bir süredir Twitter kullanırken, 3 ile 5 yıl arasında veya 5 yıldan fazla süredir Twitter kullanan öğrencilerin oranı sadece %5,56 (n=1) dir. Bu sonuçlar ML öğrencilerinin Twitter'ı Facebook'tan daha az kullandıklarını ortaya koymaktadır. Ayrıca, öğrencilerin yaklaşık %90'ının 3 yıldan daha az bir süredir Twitter kullandıkları göz önüne alındığında öğrencilerin Twitter kullanımına Facebook ve YouTube kadar erken yaşlarda başlamadıkları anlaşılmaktadır.

ML öğrencilerinde Instagram kullanan öğrencilerin (ML öğrencilerinin %93,33'ü (n=56) Instagram kullanmaktadır) %28,57'si (n=16) bu SM platformunu bir yıldan daha az bir süredir kullanmaktadır. Instagram'ı 1 ile 3 yıl arasında bir süredir kullananların oranı %46,43 (n=26), 3 ile 5 yıl arasında bir süredir kullananların oranı %23,21'dir (n=13). ML'de Instagram kullanan öğrencilerinin sadece %1,79'u (n=1) bu platformu 5 yıldan daha uzun bir süredir kullanmaktadırlar. Bu oranlar ML öğrencilerinin Twitter gibi Instagram'ı da Facebook ve YouTube'a oranla daha geç kullanmaya başladıklarını ortaya koymaktadır.

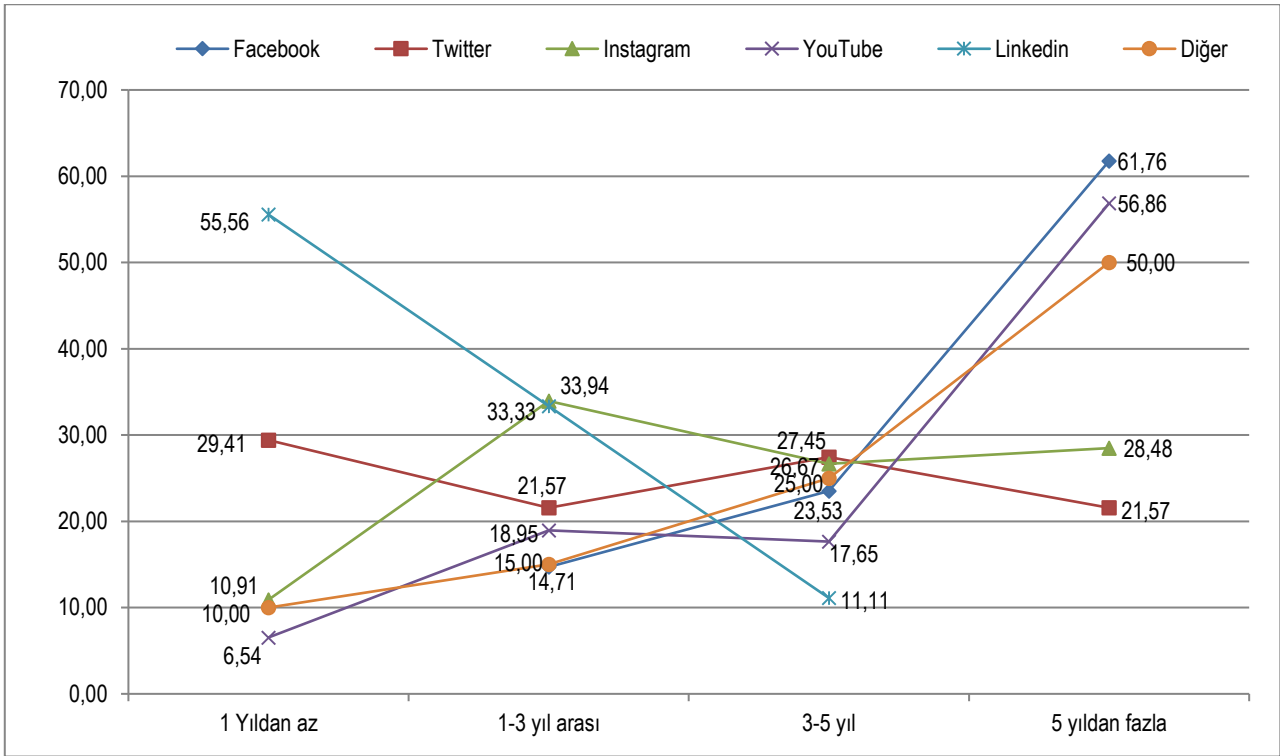


**Grafik 2. ML'de SM Platformlarının Kullanım Süreleri (%)**

Grafik 3'de MYO öğrencilerinin SM platformlarını ne zamandır kullandıkları ile ilgili veriler görülmektedir. Buna göre, Facebook üyeliği bir yılı doldurmamış öğrenci bulunmamaktadır. Facebook kullanan öğrencilerin (MYO'da Öğrencilerin %56,67'si (n=102) Facebook kullanmaktadır) %61,76'sı da (n=63) beş yıldan fazla bir süredir Facebook kullanmaktadır. Bu oranın ML'de %21,62 (n=8) olarak gerçekleştiği göz önüne alındığında Facebook üyeliğinin çoğunlukla lise ve/veya öncesi dönemde gerçekleştirildiği anlaşılmaktadır.

MYO'da YouTube üyeliği olan öğrencilerin (MYO'da öğrencilerin %85,00'i (n=153) YouTube kullanmaktadır) sadece %6,54'ünün (n=10) bir yıldan daha az bir süredir üyelikleri vardır. Üyeliklerinin üzerinden beş yıldan daha fazla bir süre geçen Youtube kullanıcılarının oranı ise %56,86'dır (n=87). Facebook ve Twitter'ı beş yıldan daha fazla süredir kullanan öğrenci oranları dikkate alındığında MYO öğrencilerinin bu iki platformu diğer SM'lere oranla daha uzun süredir kullandıkları anlaşılmaktadır.

Twitter kullanan MYO öğrencilerinin ( MYO öğrencilerinin %28,33'ü (n=51) Twitter kullanmaktadırlar) yaklaşık olarak % 50,00'si (n=26) Twitter'ı 3 yıldan daha az bir süredir bu platformu kullanmaktadır. Instagram'da ise, 3 yıldan daha az süredir kullanım oranı %44,85 (n=74) oranındadır. MYO'da Instagram kullanımının %91,67 (n=165) gibi çok yüksek bir oranda olduğu dikkate alındığında MYO öğrencilerinin bu platformu Facebook, YouTube ve Twitter'a oranla daha geç kullanmaya başladıkları ancak, kullanım oranlarının daha hızlı bir artış gösterdiği sonucu ortaya çıkmaktadır.



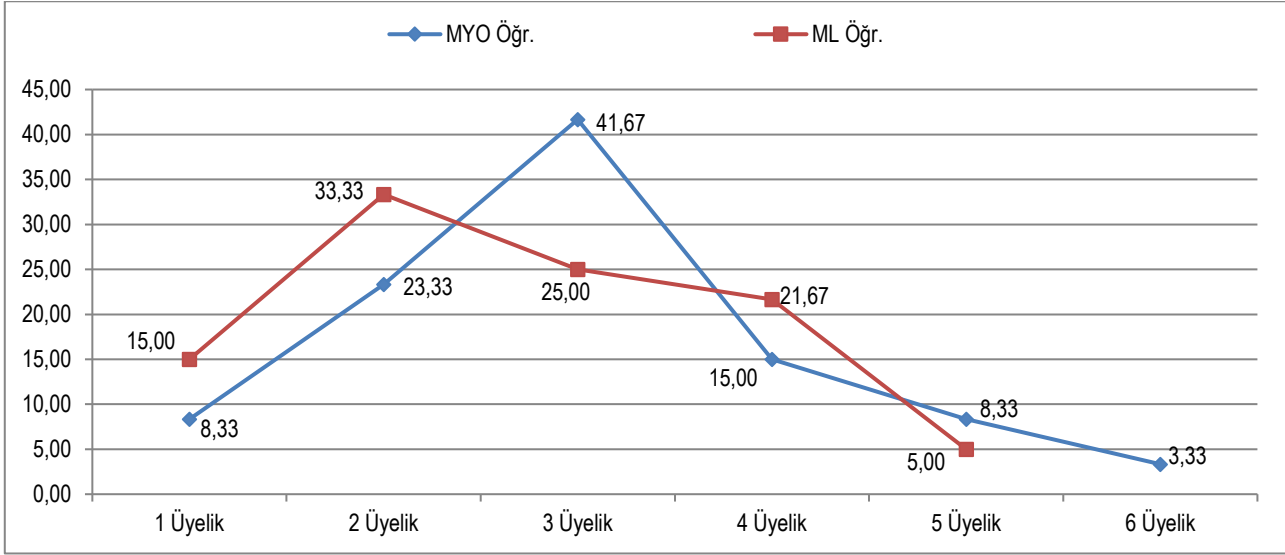
Grafik 3. MYO'da SM Platformlarının Kullanım Süreleri (%)

### 3.3. Kullanılan SM Platform Sayıları İle İlgili Bulgular

Grafik 4'te ML ve MYO öğrencilerinin kullandıkları SM platform sayılarının oransal dağılımı görülmektedir. Buna göre, ML öğrencilerinin %15'inin (n=9) sadece bir SM platformuna üyelikleri vardır. İki SM'ye üyeliği bulunan öğrencilerin oranı %33,33 (n=20), üç SM'ye üyeliği bulunan öğrencilerin oranı %25,00'dir (n=15). İki SM'ye üyeliği bulunan öğrenci oranlarından itibaren üye olunan SM platform sayısı arttıkça üyelik oranlarında bir azalma görülmektedir. Bir bütün olarak değerlendirildiğinde ise, üye olunan SM'lerin sayısı arttıkça oransal dağılım önce artış, sonra da azalma eğilimindedir. Cinsiyet dağılımlarına göre de bu oransal dağılım geçerliliğini korumaktadır. Hem kızlarda hem erkeklerde iki SM'ye üyeliği bulunan öğrenciler en yüksek oranlardadır. Erkek öğrencilerin %30'unun (n=12), kız öğrencilerin %40'ının (n=8) iki SM'ye üyelikleri bulunmaktadır. Kız ve erkek öğrenciler arasında oransal dağılım genellikle birbirine yakın değerler taşımakla birlikte 5 SM'ye üyeliği bulunan erkek öğrencilerin oranı %2,50 (n=1), kız öğrencilerin oranı ise, %10,00 (n=2) olarak gerçekleşmektedir.

MYO öğrencilerinde ise, sadece bir tek SM'ye üyeliği bulunan öğrencilerin oranı %8,33'tür (n=15). İki SM'ye üyeliği bulunan öğrenciler %23,33 (n=42), üç SM'ye üyeliği bulunan öğrenciler %41,67 (n=75) oranındadır. ML öğrencilerinde iki SM üyeliğinden itibaren üye olunan SM platform sayısı arttıkça öğrenci oranlarında bir azalma görülürken, MYO öğrencilerinde üç SM üyeliğinden itibaren üye olunan SM platform sayısı arttıkça öğrenci oranlarında bir azalma görülmektedir. Bir bütün olarak değerlendirildiğinde ise, üye olunan SM'lerin sayısı arttıkça oransal dağılım önce artış, sonra da azalma eğilimindedir. Cinsiyet dağılımlarına göre de bu oransal dağılım geçerliliğini korumaktadır. Hem kızlarda hem erkeklerde üç platformda üyeliği bulunan öğrenciler en yüksek oranlardadır. Erkek öğrencilerin %50,00'sinin (n=45), kız öğrencilerin %33,33'ünün (n=30) üç SM'ye üyelikleri bulunmaktadır. Ayrıca, MYO'da erkek öğrencilerin tamamının birden fazla platformda üyeliği bulunmasına rağmen kız öğrencilerin %16,67'sinin (n=15) sadece bir SM'ye üyeliği söz konusudur. 5 SM'ye üye olan öğrenci oranları ise, erkeklerde %13,33 (n=12) olmasına rağmen kız öğrencilerde sadece %3,33'tür (n=3). Bu oranlar MYO'da kız öğrencilerin erkeklere oranla daha az sayıda SM platformlarına üye olduklarını göstermektedir.

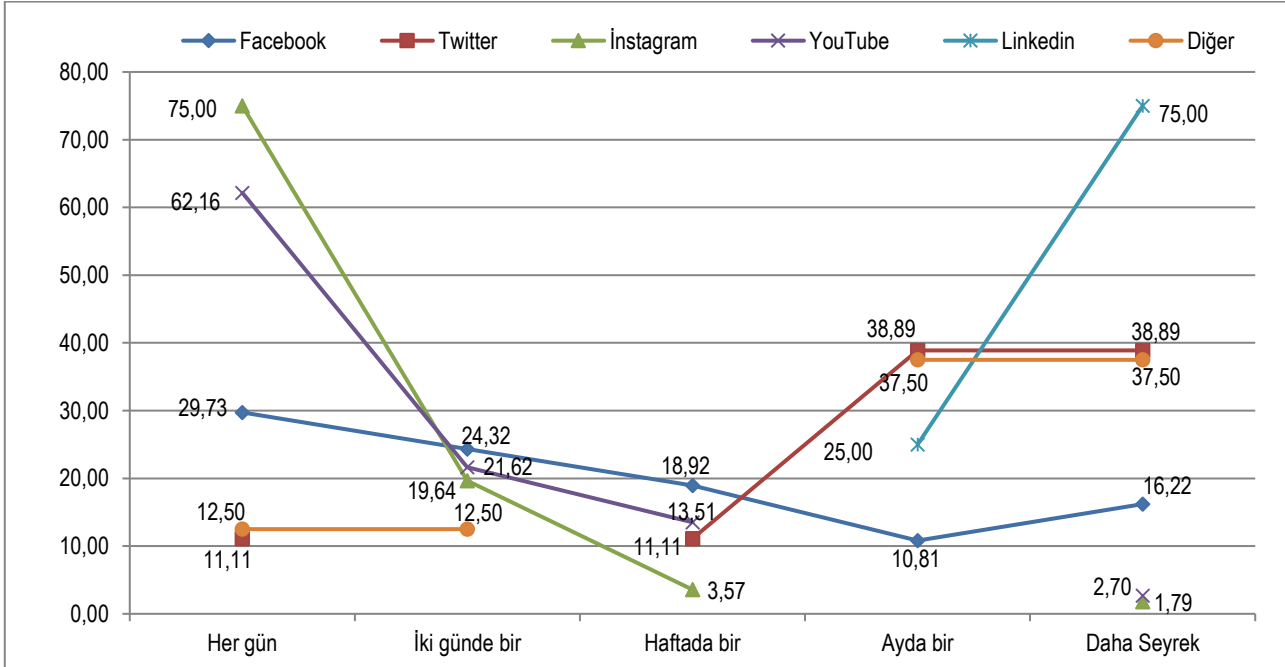
ML ve MYO öğrencileri üye oldukları SM sayıları itibarıyla karşılaştırıldığında en dikkat çeken nokta ML öğrencilerinde iki SM üyeliği bulunan öğrenci oranları en yüksek seviyede olmasına rağmen, MYO öğrencilerinde üç SM üyeliği olan öğrenci oranları en yüksek seviyededir. Ayrıca, ML öğrencileri arasında üye olunan SM sayıları itibarıyla kız ve erkek öğrenciler arasında açık bir fark olmamasına rağmen, MYO'da erkeklerin kızlara oranla daha fazla sayıda SM platformuna üye oldukları görülmektedir.



Grafik 4. Üye Olunan SM Platform Sayılarının Oransal Dağılımı (%)

### 3.4. Öğrencilerin SM Giriş Sıklığı İle İlgili Bulgular

Grafik 5'te ML öğrencilerinin SM'ye giriş sıklığı görülmektedir. Buna göre, Instagram kullanan öğrencilerin %75,00'i (n=42) hergün bu platforma girmektedirler. Öğrencilerin %62,16'sı (n=23) hergün YouTube'a girmektedir. Bu oranla YouTube her gün girilen SM'ler arasında ikinci sırada yer almaktadır. Facebook her gün girilen SM'ler arasında %29,73 (n=11) oranla üçüncü sırada yer almaktadır. LinkedIn'e her gün giriş yapan öğrenci bulunmazken, diğer SM ağlarına ve Twitter'a her gün giriş yapan öğrencilerin oranları oldukça düşük seviyelerde kalmaktadır. İki günde bir girilen SM platformlarının oranları birbirlerine yakın değerler taşımaktadır. Bu platformlardan en yüksek orana sahip olan Facebook'a kullanıcıların %24,32'si iki günde bir girmektedir. Twitter ve LinkedIn'e iki günde giriş yapan öğrenci bulunmamaktadır. Haftada bir girilen SM platformlarının oranları arasında biraz daha fazla fark olmakla birlikte, ayda bir giriş yapılan SM platformlarının değerleri birbirinden oldukça uzaklaşmaktadır.



Grafik 5. ML Öğrencilerinin SM Platformlarına Girme Sıklığı (%)

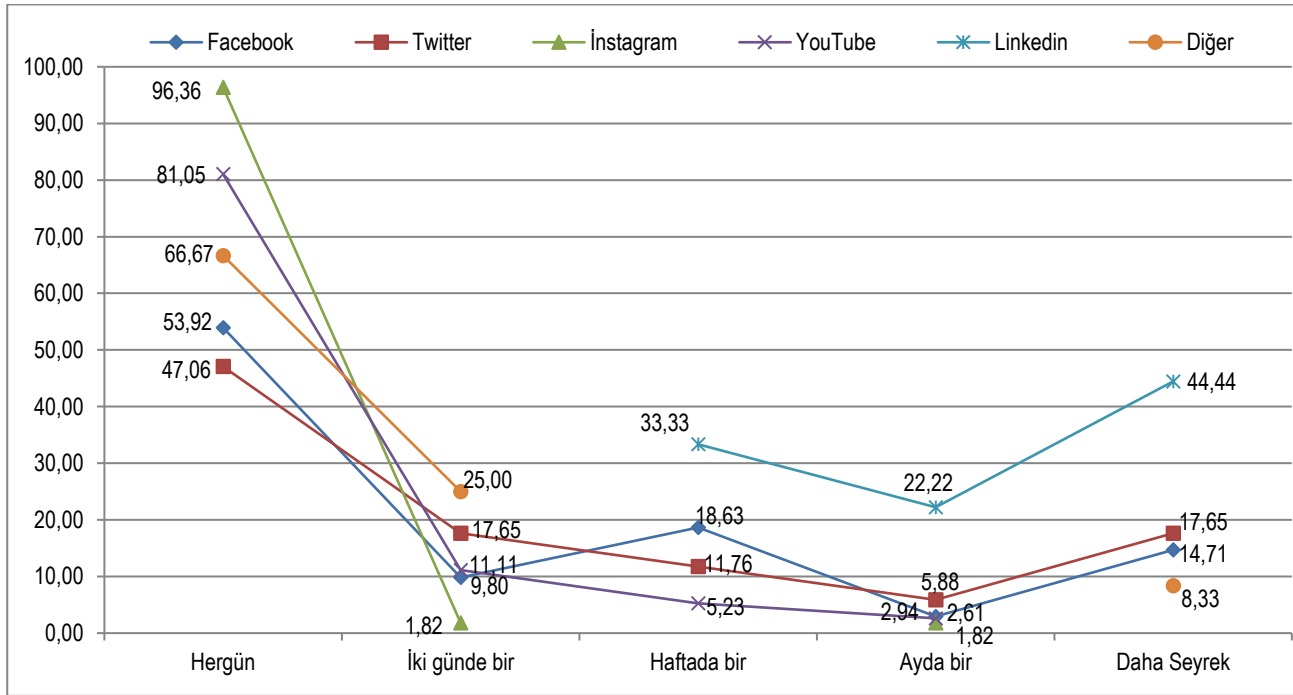
Tüm SM'ler arasında Instagram en sık giriş yapılan platformdur. Bu platformu kullanan ML öğrencilerinin 3/4'ü her gün giriş yapmaktadır. Yaklaşık 1/5 oranındaki öğrenci de iki güne bir Instagram'a giriş yapmaktadır. Bu öğrencilerden sadece %1,79'u (n=1) 30 günden daha fazla sürelerde Instagram'a giriş yapmaktadırlar. En sık girilen SM'ler arasında ikinci sırayı



YouTube almaktadır. Bu platformu kullanan öğrencilerin %62,16'ı (n=23) her gün giriş yaparken, yaklaşık olarak %85'i en geç iki günde bir giriş yapmaktadır. Giriş sıklığı bakımından en istikrarlı dağılım gösteren SM platformu Facebook'tur. LinkedIn kullanan öğrencilerin %25'i (n=1) ayda bir giriş yaparken, %75,00 (n=3) oranındaki öğrenci ise bir aydan daha fazla aralıklarla giriş yapmaktadır. Twitter da ML öğrencileri arasında çok sık kullanılmayan SM platformlarından biridir. Twitter kullanan öğrencilerin sadece %11,11'i (n=2) her gün giriş yapmaktadır. Haftada bir giriş yapan öğrencilerin oranı da aynı şekilde %11,11'dir. Twitter'a hem ayda bir defa giriş yapan hem daha seyrek giriş yapan öğrencilerin oranı ise %38,89'dir (n=7).

Grafik 6'da MYO Öğrencilerinin SM platformlarına girme sıklıkları görülmektedir. Buna göre, LinkedIn dışında kalan bütün SM'lere her gün giriş yapılmaktadır. Ancak her gün girilen SM platformları arasında en yüksek orana %96,36'lık (n=159) oranla Instagram ulaşmıştır. Başka bir deyişle Instagram kullanan öğrencilerin %96,36'sı hergün bu platforma girmektedir. Hergün girilen platformlar arasında ikinci en yüksek değere sahip platform %81,05 (n=124) oranla YouTube'dur. Youtube'u diğer platformlar %66,67 (n=40), Facebook %53,92 (n=55) ve Twitter %47,06 (n=24) oranlarla takip etmektedir. Grafik bir bütün olarak incelendiğinde özellikle Facebook ve Twitter platformlarına girme sıklığı birbirleriyle yakın oranlara sahip olduğu görülmektedir. LinkedIn dışında diğer SM platformlarına her gün giriş oranlarındaki yükseklik de vurgulanması gereken diğer bir özelliktir.

ML ile MYO öğrencilerinin SM platformlarına girme sıklıkları karşılaştırıldığında en çok dikkat çeken sonuçlarda biri, SM'ye girme sıklığında MYO öğrencilerinin ML öğrencilerinden daha yüksek oranlara sahip olmalarıdır. Başka bir deyişle, MYO öğrencilerinin her gün SM'ye girme oranları daha yüksektir. Örneğin, ML'de Instagram kullanan öğrencilerin %78,85'i (n=41) her gün bu platforma giriş yaparken MYO öğrencilerinin %96,36'sı (n=159) bu platforma hergün giriş yapmaktadır. Benzer şekilde, YouTube kullanan ML öğrencilerinin %62,16'sı (n=23) her gün bu platforma giriş yaparken, MYO öğrencilerinin %81,05'i (n=124) her gün bu platforma giriş yapmaktadır. Her gün SM'ye giriş yapan MYO öğrencilerinin yüksek oranları Facebook, Twitter ve diğer SM platformlarının kullanımında da görülmektedir. Ayrıca, ML öğrencilerine oranla MYO öğrencilerinin SM platformlarına iki günde bir, haftada bir ve ayda bir girme oranları da daha düzenli ve istikrarlı bir görünüm arz etmektedir.



Grafik 6. MYO Öğrencilerinin SM Platformlarına Girme Sıklığı (%)

### 3.5. Öğrencilerin Günlük SM'de Geçirdikleri Süreler İle İlgili Bulgular

Tablo 1'de ML ve MYO öğrencilerinin bir günde SM'de geçirdikleri süreler görülmektedir. Buna göre, ML'de Facebook kullanan 37 öğrencinin %86,49'u (n=32) Facebook'ta günlük bir saatten az zaman geçirmektedir. Facebook'ta günlük bir saatten fazla zaman geçiren öğrencilerin sayılarında büyük bir düşüş görülmektedir. Günlük 1 ile 3 saat arasında zaman geçirenler ile beş saatten fazla zaman geçiren öğrencilerin oranları eşit durumdadır. Facebook'ta geçirilen zaman açısından MYO'da da benzer bir durum söz konusudur. Facebook kullanan MYO öğrencilerinin %79,41'i (n=81) bu platformda günde bir saatten az zaman geçirirken, 1 ile 3 saat arasında zaman geçirenlerin oranı 14,71'dir (n=15). ML



öğrencilerinde hem Facebook'ta günlük bir saatten az zaman geçirenlerin oranı hem de beş saatten fazla zaman geçiren öğrencilerin oranı daha fazladır.

Twitter'da günlük bir saatten daha az zaman geçirme açısından ML öğrencileri MYO öğrencilerine göre daha yüksek oranlara sahip olmalarına rağmen, günlük 1 ile 3 saat zaman geçiren ML öğrencileri MYO öğrencilerinin yarısından daha az bir orandadır. Bu sonuçlar MYO öğrencilerinin ML öğrencilerine oranla Twitter'da günlük daha fazla zaman harcadıklarını ortaya koymaktadır. YouTube'da ve diğer SM platformlarında günlük harcanan zaman açısından da benzer bir durum söz konusudur. Buna göre, YouTube kullanan ML öğrencilerinin %54,05'i (n=20) YouTube'da günlük bir saatten az zaman geçirirken, bu oran MYO öğrencilerinde %25,49'dur (n=39). YouTube'da günlük bir saatten fazla zaman geçiren ML öğrencilerinde geçirilen zaman arttıkça öğrenci sayılarında çok hızlı bir düşüş gözlemlenirken MYO öğrencilerinde bu düşüşün daha az olduğu görülmektedir.

**Tablo 1. Öğrencilerin Günlük SM'de Geçen Süreleri**

SM PLATFORMU	SÜRE	ML		MYO	
		Frekans	%	Frekans	%
Facebook	1 saatten az	32	86,49	81	79,41
	1-3 saat	2	5,41	15	14,71
	3-5 saat arası	1	2,70	4	3,92
	5 saatten çok	2	5,41	2	1,96
Twitter	1 saatten az	14	77,78	33	64,71
	1-3 saat	2	11,11	14	27,45
	3-5 saat arası	2	11,11	4	7,84
	5 saatten çok				
Instagram	1 saatten az	13	23,21	36	21,82
	1-3 saat	26	46,43	75	45,45
	3-5 saat arası	4	7,14	12	7,27
	5 saatten çok	13	23,21	42	25,45
YouTube	1 saatten az	20	54,05	39	25,49
	1-3 saat	11	29,73	68	44,44
	3-5 saat arası	4	10,81	20	13,07
	5 saatten çok	2	5,41	26	16,99
Linkedin	1 saatten az	2	50,00	6	66,67
	1-3 saat	1	25,00	3	33,33
	3-5 saat arası	1	25,00		
	5 saatten çok				
Diğer	1 saatten az	5	62,50	31	51,67
	1-3 saat	1	12,50	19	31,67
	3-5 saat arası	1	12,50	6	10,00
	5 saatten çok	1	12,50	4	6,67

Instagram'da ise, günlük geçirilen zaman açısından ML ve MYO öğrencilerinin birbirlerine oldukça yakın oranlara sahip oldukları görülmektedir. Ancak, Instagram'da günlük bir saatten az zaman geçiren ML öğrencileri %23,21 (n=13) oranında olmasına rağmen MYO öğrencilerinin oranının %21,82 (n=36) olması ve günde beş saatin üzerinde zaman geçiren ML öğrencilerinin oranı %23,21 (n=13) olmasına rağmen MYO öğrencilerinde bu oranın %25,45 (n=42) olması MYO öğrencilerinin ML öğrencilerine oranla diğer SM platformlarında olduğu gibi Instagramda da daha fazla zaman geçirdiklerini ortaya koymaktadır. ML ve MYO öğrencilerinden Twitter ve LinkedIn'de günlük beş saatin üzerinde zaman geçiren öğrenci bulunmamaktadır. Günlük beş saatin üzerinde zaman geçirilen SM platformları arasında en yüksek değer Instagram'a aittir. Instagram kullanan ML öğrencilerinin %23,21'i (n=13) ve MYO öğrencilerinin %25,45'i (n=42) bu platformda günlük beş saatten fazla zaman harcamaktadırlar. Bu veriler ML ve MYO öğrencilerinin SM'de geçirilen zaman açısından benzer özellikler taşıdıklarını ortaya koymaktadır.

### 3.6. SM Kullanım Amaçları ile ilgili Bulgular

Tablo 2’de öğrencilerin SM’yi kullanım amaçlarındaki öncelikleri görülmektedir. Buna göre, ML öğrencilerinin %26,67’sinin (n=16) SM’yi kullanmalarındaki en öncelikli amacı arkadaşlarla sohbettir. ML öğrencilerinin ikinci öncelikli amacı ise, %23,33 (n=14) oranla boş zamanlarını değerlendirmektir. ML öğrencilerinin SM kullanım amaçlarından en düşük orana sahip olan amaç ise, “başkalarının gönderilerini beğenmek ve yorum yapmak” ile “insanların neler yaptığını öğrenmektir”.

**Tablo 2. Öğrencilerin SM’yi Kullanım Amacı**

	MYO		ML	
	Frekans	%	Frekans	%
Fotoğraf, video ve bilgi paylaşmak	46	25,56	12	20,00
Yeni arkadaşlar edinmek			8	13,33
Başkalarının gönderilerini beğenmek ve yorum yapmak	10	5,56	3	5,00
Boş zamanlarını değerlendirmek	85	47,22	14	23,33
Arkadaşlarla sohbet	19	10,56	16	26,67
Oyun oynamak	4	2,22	4	6,67
Sadece insanların neler yaptığını öğrenmek	16	8,89	3	5,00

MYO öğrencilerinin ise, SM kullanımındaki en öncelikli amacı %47,22 (n=85) oranla boş zamanları değerlendirmektir. Fotoğraf, video ve bilgi paylaşmak MYO öğrencilerinin SM kullanımında ikinci en öncelikli amacıdır. MYO öğrencilerinin SM kullanım amaçlarından en düşük orana sahip olan amaç ise, “oyun oynamak” amacıdır. MYO öğrencileri SM’yi hiçbir şekilde yeni arkadaşlıklar edinmek amacıyla kullanmadıklarını beyan etmektedirler.

### 3.7. SM Kullanım Sebepleri ile ilgili Bulgular

Tablo 3’te öğrencilerin SM’yi kullanma sebepleri görülmektedir. Buna göre, ML öğrencilerinin SM’yi tercih etmelerindeki en öncelikli sebep %26,67 (n=16) oranla SM’de olmanın kendilerini mutlu etmesidir. Yüz yüze söylenemeyecek şeylerin söylenebilmesi ve SM vasıtasıyla gerçek hayatta nelerin olduğunun bilinebilmesi ML öğrencilerinin SM’yi kullanma sebeplerinden ikincisidir. Öğrencilerin %6,67’si (n=4) gerçek hayatta iletişim kurma problemleri yaşadıklarından dolayı SM’yi tercih etmektedirler.

**Tablo 3. Öğrencilerin SM’yi Tercih Sebepleri**

	MYO		ML	
	Frekans	%	Frekans	%
Durumlarına yapılan yorumların hoşuna gitmesi	21	11,67	8	13,33
Fotoğraflarının beğenilmesinin hoşuma gitmesi	42	23,33	10	16,67
SM’de olmanın kendisini mutlu etmesi	39	21,67	16	26,67
Yüz yüze söylenemeyecek şeylerin söylenebilmesi	11	6,11	11	18,33
Gerçek hayatta nelerin olduğunun bilinebilmesi	54	30,00	11	18,33
Gerçek hayatta iletişim kurma problemleri yaşamak	13	7,22	4	6,67

MYO öğrencilerinin SM’yi tercih sebeplerinden en yüksek orana %30,00 (n=54) ile “SM vasıtasıyla gerçek hayatta nelerin olduğunun bilinebilmesi” sebebi sahiptir. İkinci önemli sebep de %23,33 (n=42) oranla fotoğraflarının beğenilmesinin hoşuma gitmesidir. ML’de olduğu gibi MYO’da da en düşük orana sahip SM kullanım sebebi öğrencilerin gerçek hayatta iletişim kurma problemleri yaşadıklarından dolayı SM’yi kullanmalarıdır.

### 3.8. Paylaşımların içerikleri ile ilgili Bulgular

Tablo 4'te öğrencilerin SM paylaşımlarının içeriklerini gösteren oransal değerlere yer verilmektedir. Buna göre, MYO öğrencilerinin en fazla paylaştığı içerikler %30,56 (n=55) ile fotoğraf, %25,56 (n=46) ile mesaj ve %25,00 (n=45) ile bilgidir. ML öğrencilerinde de en çok paylaşım içeriğini %35,00 oranla (n=21) fotoğraflar oluşturmaktadır. Mesajlar en öncelikli paylaşım içerikleri arasında MYO'da olduğu gibi %31,67 (n=19) oranla ikinci sırayı almaktadır. ML öğrencilerinde içeriği bilgi olan paylaşımlar ise, MYO öğrencilerinin aksine üçüncü sıraya düşmüştür. MYO ve ML öğrencilerinin paylaşım tercihlerinde video paylaşımının sadece %8,33 olması, öğrencilerin video paylaşım eğilimlerinin düşük oranlarda olduğunu göstermektedir. ML öğrencilerinde en az tercih edilen paylaşım içeriği gönderi/yorumdur.

**Tablo 4. Öğrencilerin SM'de Paylaşımlarının İçerikleri**

	MYO		ML	
	Frekans	%	Frekans	%
Fotoğraf	55	30,56	21	35,00
Gönderi/Yorum	19	10,56	1	1,67
Mesaj	46	25,56	19	31,67
Video	15	8,33	5	8,33
Bilgi	45	25,00	14	23,33

### 3.9. SM Bağımlılığını Ölçmeye Yönelik Bulgular

Tablo 5'te ML ve MYO öğrencilerinin SM bağımlılık düzeylerinin ölçülmesine yönelik sorulara verilen cevapların oransal değerleri görülmektedir. Buna göre, son bir ayda 24 saat boyunca SM'den tamamen uzak kalanlar ML'de %56,67 (n=34) ve MYO'da %55,00 (n=99) olarak birbirlerine oldukça yakın oranlarda gerçekleşmiştir. Bu durumu ML ve MYO öğrencilerinin SM'ye erişim imkânlarının birbirlerine yakın olmasına bağlı olarak birbirine yakın sonuçlar elde edildiği şeklinde yorumlamak mümkündür. Hem ML'de hem MYO'da bir ay boyunca SM'den uzak kalan kız öğrenci oranları erkeklere göre daha düşük seviyededir.

**Tablo 5. Öğrencilerin SM Bağımlılığı (%)**

	MYO			ML		
	Erkek	Kız	Ortalama	Erkek	Kız	Ortalama
Son bir ayda, 24 saat boyunca SM'den tamamen uzak kalanlar	60,00	50,00	<b>55,00</b>	62,50	45,00	<b>56,67</b>
SM hesaplarını kapatmayı düşünenler	26,67	20,00	<b>23,33</b>	7,50	20,00	<b>11,67</b>
SM hesaplarını kontrol etmediklerinde kendisini kötü hissenler	40,00	46,67	<b>43,33</b>	40,00	65,00	<b>48,33</b>
Kendisini "SM bağımlısı" olarak nitelendirenler	53,33	46,67	<b>50,28</b>	25,00	35,00	<b>28,33</b>

SM hesabını kapatmayı düşünenlerin oranı ML'de %11,67 (n=7) seviyesindeyken MYO'da bu oran %23,33 (n=42) olarak gerçekleşmektedir. Bu oranlar Tablo 1'de öğrencilerin bir günde SM'de geçirdikleri zamanla karşılaştırıldığında, SM'de bir günde daha fazla zaman geçiren MYO öğrencilerinde SM hesabını kapatmayı düşünenler ML öğrencilerinin iki katı bir orana sahip olduğu görülmektedir. Ancak SM hesaplarını kontrol etmediklerinde kendisini kötü hissedenenlerin oranı ML öğrencilerinde daha yüksektir.

Kendisini “SM bağımlısı” olarak niteleyenler ise, ML’de %28,33 (n=17) seviyesindeyken MYO’da bu oran %50,27 (90) olarak gerçekleşmektedir. ML’de kendisini SM bağımlısı olarak niteleyen kız öğrencilerin oranı daha yüksek seviyedeysen MYO’da erkek öğrencilerin daha yüksek oranlara sahip oldukları görülmektedir. Buna göre, ML’de kendisini “SM bağımlısı” olarak niteleyen kız öğrencilerin oranı %35,00 (n=7), erkek öğrencilerin oranı %25,00 (n=10) olarak gerçekleşmiştir. MYO’da ise, bu oran kız öğrencilerde %46,67 (n=14), erkeklerde %53,33 (n=16) dir.

MYO öğrencilerde hem kendisini SM bağımlısı olarak niteleyenlerin hem de SM hesabını kapatmayı düşünenlerin daha yüksek oranlarda olması dikkate değerdir. Bu sonuçlar, kendisini “SM bağımlısı” olarak niteleyen öğrencilerde SM hesaplarını kapatma düşüncesinin daha fazla olduğunu ortaya koymaktadır.

## Sonuç ve Değerlendirme

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde köklü değişimleri beraberinde getiren World Wide Web ilk versiyonlarında daha çok “bilgiye ulaşma aracı” olarak işlev görürken, zamanla daha etkileşimli ve kullanıcıların daha aktif olduğu bir sürece doğru evrilmiştir. Sürecin bu doğrultuda gelişmesinde rol oynayan en önemli faktörlerden biri SM platformlarının ortaya çıkması ve yaygınlaşmasıdır. Erişimi daha kolay hale getiren mobil cihazların yaygınlaşması; SM’nin “işbirliği”, “katılım”, “güçlendirme” ve “zaman” gibi potansiyel avantajlarının olması; kullanıcıların fotoğraf, video ve bilgi gibi içerikleri paylaşabilmeleri ve daha çok sosyalleşme ve etkileşim imkanına sahip olmaları gibi faktörlerin etkisi ile SM’nin dünya üzerinde kullanım oranları hızla artmıştır. Günümüzde her yaşta insanın ilgisini çekmeyi başaran SM uygulamaları literatürdeki çeşitli araştırma sonuçlarına göre en çok gençler tarafından kullanılmaktadır.

Bu bağlamda, gençlerin SM kullanımına odaklanan çok sayıda araştırma yapıldığı görülmektedir. Gençler ve SM konusunu çok çeşitli açılardan inceleyen bu çalışmalarda Aleksandrova ve Parusheva (2019) öğrencilerin eğitim süreci ile ilgili iletişimde çeşitli SM araçlarını ve kanallarını proaktif olarak kullandıklarını ve bazı SM kanallarını bilimsel veri tabanları ve e-kitaplara kıyasla daha fazla tercih ettiklerini tespit etmişlerdir. Stathopoulou ve diğerleri de (2019) eğitimcilerin ve öğrencilerin SM’yi derslerin sunumuna ve değerlendirmesine dahil etmeyi önemli bulduklarını ifade etmektedir. Stoicescu ve Stanescu (2018) SM’nin eğitim içeriği oluşturma ve paylaşmada, etkileşimi kolaylaştırmada ve alan için fırsatlar geliştirmede aktif rolü olduğu sonucunu elde ederken, Vivakaran ve Maraimalai (2018) ise öğretim üyelerinin SM teknolojilerinin eğitimde yardımcı olarak kullanılmasına yönelik iyimser bir tutum sergiledikleri sonucuna ulaşmışlardır.

Sarsar ve diğerleri (2015) yaptıkları çalışmada SM’nin öğretme-öğrenme süreci için verimli ve gerekli olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Söylemez ve Oral (2018) öğretmen adaylarının büyük çoğunluğunun SM kullanımının çok kültürlü bir bakış açısı kazandırabileceğini düşündükleri sonucunu elde ederken; Bodur ve Korkmaz (2017) ilahiyat fakültesi öğrencilerinin SM kullanımı konusunda oldukça aktif olduklarını ve erkek öğrencilerin kız öğrencilere oranda daha yüksek oranda SM kullandıklarını ifade etmişlerdir. Bingöl ve Tahtaloğlu da (2017) Gazi Üniversitesi’nin bilinçsiz de olsa belirli ilkeler çerçevesinde sosyal medyayı kullandığını tespit etmişlerdir. Seyhan ve Erciş (2014) kullanıcıların yaşı ile Tumblr, Facebook, Twitter, Instagram kullanımı arasında istatistiki olarak pozitif ilişki olmasına rağmen, kullanıcıların yaşı ile Snap Chat kullanım oranı ve kullanıcıların gelirleri ile Tumblr ağı arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Karasu ve Arıkan (2019) öğretmen adaylarının Medya Okuryazarlık Düzey Belirleme Ölçeği toplam puanları ve Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Ölçeği toplam puanları arasında anlamlı bir ilişkinin varlığını tespit ederlerken; ölçeğin toplam puanlarının lisans programı, cinsiyet ve medya okuryazarlık dersi alma durumları bakımından farklılaşmadığı sonucunu ortaya koymuşlardır. Mısırlı ve Kuzu (2019) araştırma kapsamındaki öğrencilerin tamamına yakın kısmının kendilerine sağlayacakları faydaların SM etik davranışlarının önüne geçtiği, kendi menfaatleri söz konusu olduğu zaman SM’de etik dışı davranmaktan çekinmeyebilecekleri sonucuna ulaşmışlardır. Koçoğlu (2019) sosyal bilgiler öğretmenlerinin sosyal bilgiler eğitimi çalışma alanında sosyal ağların kullanımına ilişkin farklı düşüncelere sahip olduklarını ifade ederlerken; Şahin ve Öztoprak (2019) benlik saygısına, cinsiyete ve annelerinin tutumlarına göre ergenlerin sosyal medya bağımlılığı puan ortalamaları arasında anlamlı bir farklılığın olduğunu, ancak babalarının tutumlarına ve ekonomik gelire göre sosyal medya bağımlılığı puan ortalamaları arasında anlamlı bir farklılığın bulunmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Öner ve Çakır da (2019) internet bağımlılığı özellikleri gösteren öğrencilerin önceden tedbir alınıp bağımlı olmaları engellenebilecek uygulamalar geliştirilebilmesi ve derslerde kullanılmasının önerilebileceğini ifade etmektedirler.

Ortalama yaşları 15,68 olan ML öğrencilerinin ve 20,28 olan MYO öğrencilerinin SM kullanım eğilimlerinin tespit edilmesi, karşılaştırılması ve değişim yönünün saptanması amacıyla yapılan bu çalışmada öğrencilerin SM alışkanlıklarıyla ilgili önemli bulgular elde edilmiştir. Bu bağlamda, çalışmada üniversite öğrencilerinin SM kullanım ve bağımlılık oranlarının ve kullandıkları SM platform sayılarının lise öğrencilerine göre daha yüksek olduğu ve SM’de daha fazla zaman geçirdikleri yönündeki araştırma hipotezlerini destekler nitelikte sonuçlar elde edilmiştir. Ancak, üniversite ve lise öğrencilerinin en çok kullandıkları SM platformlarının YouTube ve Facebook olduğu yönündeki araştırma hipotezi doğrulanamamıştır. Hem lise hem üniversite öğrencilerinde en çok kullanılan SM ağlarının Instagram ve YouTube olduğu sonucu elde edilmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre ML ve MYO öğrencilerinin SM kullanım oranları arasında YouTube ve diğer SM ağlarının kullanımı hariç anlamlı farklar bulunmamaktadır. Facebook, Twitter ve LinkedIn kullanan ML ve MYO öğrenci oranları arasında oldukça küçük farklar söz konusudur. Ayrıca, her iki öğrenci grubunda da Instagram ve YouTube diğer SM platformlarına göre daha yüksek oranlarda kullanılmaktadır. Özellikle Instagram kullanımındaki yüksek değerler dikkat çekmektedir. MYO öğrencileri YouTube ve “diğer SM” platformlarını ML öğrencilerine göre daha yüksek oranlarda kullanmaktadırlar. Her iki öğrenci grubunda da Twitter ve LinkedIn en az kullanılan sosyal ağ durumundadır.

Öğrencilerinin SM kullanmaya başlama yaşlarında da önemli farklar söz konusudur. Buna göre, ML öğrencileri Facebook ve YouTube kullanmaya diğer SM ağlarına göre daha erken yaşlarda başlamaktadır. Öğrencilerin önemli bir kısmı SM kullanmaya 10 yaşlarında veya daha erken yaşlarda başlamaktadır. ML öğrencileri Twitter’i hem daha az kullanmakta hem de daha geç kullanmaya başlamaktadır. Araştırma kapsamındaki MYO öğrencilerinin tamamı bir yıldan daha uzun bir süredir Facebook kullanmaktadırlar. Ayrıca, MYO öğrencileri Instagram’ı Facebook, YouTube ve Twitter’a oranla daha geç kullanmaya başlamalarına rağmen, Instagram’ın kullanım oranları daha hızlı bir artış göstermektedir.

ML öğrencilerinde iki SM ağına üyeliği bulunan öğrenci oranları en yüksek seviyede olmasına rağmen, MYO öğrencilerinde üç SM ağına üyeliği bulunan öğrenci oranları en yüksek seviyededir. Tek SM ağı kullanan öğrencilerin oranı ML’de ve MYO’da oldukça düşük olmasına rağmen tek hesap sahibi MYO öğrencilerinin oranı ML öğrencilerinin yaklaşık yarısı kadardır. MYO öğrencilerinin daha yüksek oranlarda ve çeşitlilikte SM kullanmalarında bu öğrencilerin daha yüksek oranlarda mobil cihazlara sahip olmaları ve bir kısmının ailesinden uzakta olmasına bağlı olarak internet ve mobil cihaz kullanım tercihleri konusunda daha özgür hissetmeleri gibi faktörlerin etkili olduğu değerlendirilebilir. Ayrıca, ML öğrencileri arasında üye olunan SM sayıları itibarıyla kız ve erkek öğrenciler arasında açık bir fark olmamasına rağmen, MYO’da erkekler kızlara oranla daha fazla sayıda SM platformu kullanmaktadırlar.

ML öğrencilerinde, Instagram en sık giriş yapılan SM ağıdır. Bu ağı kullanan ML öğrencilerinin 3/4’ü her gün giriş yapmaktadır. YouTube günlük olarak en çok girilen ağlar sıralamasında ikinci durumdadır. MYO’da da günlük olarak en çok giriş yapılan SM Instagram ve YouTube’dir. Ancak, SM’ye girme sıklığı bakımından MYO öğrencileri ML öğrencilerinden daha yüksek oranlara sahiptir. ML öğrencilerine oranla MYO öğrencilerinin SM platformlarına iki günde bir, haftada bir ve ayda bir girme oranları da daha düzenli ve istikrarlı bir görünüm arz etmektedir.

Her iki öğrenci grubunda da günlük en fazla zaman geçirilen SM ağı Instagram’dır. Instagram kullanan ML öğrencilerinin %23,21’i ve MYO öğrencilerinin %25,45’i bu platformda günlük 5 saatten fazla zaman geçirmektedir. YouTube kullanan öğrenciler için günlük 5 saatten fazla zaman geçirenlerin oranı MYO’da %16,99 iken ML’de bu oran %5,41 seviyesindedir. Twitter ve LinkedIn’de günlük 5 saatten fazla zaman geçiren öğrenci bulunmazken Facebook’ta bu oran oldukça düşük seviyelerde kalmaktadır. Her iki öğrenci grubunda da öğrencilerin yaklaşık %25’inin sadece Instagram’da günlük 5 saatten fazla zaman geçirdikleri, kullanılan diğer SM’lerde geçirilen zamanla birlikte bu sürenin çok daha fazla olduğu anlaşılmaktadır. SM’nin öğrenciler üzerinde olumlu veya olumsuz etkileri başka bir araştırmanın konusu olmakla birlikte SM’de geçirilen sürelerin bu oranda yüksekliği konunun önemini ortaya koyması açısından oldukça önemli bir sonuçtur. Bu bağlamda, öğrencilerin SM kullanım oranlarının azaltılması veya SM kullanımının daha çok faydalı içeriklere yönlendirilmesi konusunda çalışmalar yapılması gerekliliği güçlü bir şekilde vurgulanmalıdır. Bu konuda öğrenciler ile birlikte aileler, okul idareleri, öğretmenler, sivil toplum kuruluşları, medya, yerel ve merkezi idareler başta olmak üzere pek çok aktöre çeşitli görevler düşüğü tartışmasız bir gerçektir.

ML öğrencilerinin SM’yi kullanmalarındaki en öncelikli amacı arkadaşlarla sohbet, ikinci öncelikli amacı ise, boş zamanlarını değerlendirmektir. MYO öğrencilerinin ise, SM kullanımındaki en öncelikli amacı boş zamanları değerlendirmek, ikinci en öncelikli amacı ise, fotoğraf, video ve bilgi paylaşmaktır. ML öğrencilerinin SM’yi tercih etmelerindeki en öncelikli sebep SM’de olmanın kendilerini mutlu etmesidir. MYO öğrencilerinin SM’yi tercih sebeplerindeki en önemli sebep ise, SM vasıtasıyla gerçek hayatta nelerin olduğunun bilinebilmesidir. Ayrıca, MYO öğrencilerinin en fazla paylaştığı içerikler fotoğraf, mesaj ve bilgidir. ML öğrencilerinde de en çok paylaşım içeriğini fotoğraflar oluşturmaktadır.

SM bağımlılığını ölçmeye odaklı sorulara verilen cevaplar MYO Öğrencilerinin kendilerini daha fazla SM bağımlısı olarak gördüklerini ortaya koymaktadır. Buna göre, MYO öğrencilerinin %50,27’si kendisini “SM bağımlısı” olarak nitelerken ML’de bu oran %28,33 seviyesindedir. MYO öğrencilerinde kendisini “SM bağımlısı” olarak niteleyenlerin oranı ML öğrencilerinin yaklaşık iki katı olmakla birlikte SM hesabını kapatmayı düşünenler de MYO’da daha yüksek oranlardadır. Ayrıca, günlük SM’de geçirilen zamanın da MYO öğrencilerinde daha fazla olması göz önüne alındığında MYO öğrencilerinin hem SM’de daha fazla zaman geçirdikleri, hem kendilerini “SM bağımlısı” olarak niteledikleri hem de SM hesaplarını kapatmayı daha çok düşündükleri sonucu ortaya çıkmaktadır. İlk başta MYO öğrencilerinde hem SM kullanım oranlarının hem de SM hesabını kapatmayı düşünenlerin oranlarının yüksekliği bir çelişki gibi görülebilmekle birlikte, bu sonucun aşırı SM kullanımının bağımlılığa sebep olması ve bu durumun öğrencilerin iç dünyalarında bir rahatsızlık oluşturmaya bağlı olarak SM’den uzaklaşmak istemeleri şeklinde değerlendirilmesi tutarlı bir yaklaşım olacaktır.

## Kaynakça

- Aleksandrova, Y. & Parusheva, S. (2019). Social Media Usage Patterns in Higher Education Institutions– An Empirical Study. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, Vol. 14 Issue 5, 108-121.
- Bingöl, E.S. & Tahtalıoğlu, H. (2017). Türkiye Üniversitelerinin Sosyal Medya Kullanımı: Gazi Üniversitesi Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Y.2017, C.22, Kayfor 15 Özel Sayısı, 2405-2423.
- Bodur, H. & Korkmaz, S. (2017). İlahiyat Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Dindarlık İlişkisi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 30, 329-351.
- Chaffey, D. (2019). Global social media research summary 2019. <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/> (Erişim Tarihi: 15.10.2019).
- Cheung, C. M., Chiu, P.-Y. & Lee, M. (2011). Online social networks: Why do students use facebook? *Computers in Human Behavior*, (27), 1337-1343.
- Chhaya A.K, & Sarode, R. D. (2016). Evolution of The World Wide Web: From Web 1.0 to 6.0. *International Journal of Digital Library Services*, Vol. 6, April - June 2016, Issue – 2, 1-11.
- Dadashzadeh M. (2010). Social Media In Government: From eGovernment To eGovernance. *Journal of Business & Economics Research*, Volume 8, Number 11, 81-86.
- Ellison, N. & Hardey, M. (2014). Social Media and Local Government: Citizenship, Consumption and Democracy. *Local Government Studies*, Vol.40, No.1, 21-40.
- Karasu, M. & Arıkan D. (2016). Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanım Durumları ve Medya Okuryazarlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Ege Eğitim Dergisi*, (17) 2: 549-566
- Kietzmann, J., Hermkens, K., McCarthy, I.P & Silvestre, B. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54, 241-251.
- Koçoğlu, E. (2019) Sosyal Ağların Sosyal Bilgilerde Kullanılmasına İlişkin Öğretmen Algıları. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, Cilt 6, Sayı 3, 261-273
- Korucu, A.T. & Usta, E. (2017). Sosyal Medya Öğretmen - Öğrenci Etkileşimi Ölçeğinin Geliştirilmesi, *Elementary Education Online*, 16(1), 197-216.
- Magro, M. (2012). A Review of Social Media Use in E-Government. *Administrative Sciences*, 2, 148-161.
- Mısırlı, Ö. & Kuzu, A. (2019). Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Etiğine İlişkin Görüşlerinin Etik İkilem Senaryolarıyla İncelenmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Nisan 2019, 20 (Özel Sayı), 1-15
- Öner, İ.,E. & Çakır, R. (2019). Ortaokul Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Medya Kullanma Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *AhmetKeleşoğluEğitimFakültesi Dergisi*, Cilt.1; Sayı.1, 26-43
- Sarsar, F., Başyay M. & Başyay A. (2015). Öğrenme-Öğretme Sürecinde Sosyal Medya Kullanımı. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt 11, Sayı2, Ağustos, 418-431.
- Seigler, D. J. (2017). Social Media Responsiveness in The Public Sector: A Study of Social Media Adaptions in Three Functional Areas of Local Government. *International Journal of Organization Theory and Behavior*, 20 (1), 72-99.
- Seyhan, S. & Erciş, M.S. (2014). Genç Kullanıcıların Demografik Özellikleri ile Sosyal Paylaşım Ağlarına Yaklaşım Düzeyleri Arasındaki İlişki ve Analitik Bir Uygulama. *Atatürk İletişim Dergisi*, Sayı 7 / Temmuz 2014, 1-13.
- Söylemez, N.H. & Oral, H. (2018). Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Ortamlarını Kullanma Durumlarına Göre Çok Kültürlü Eğitime İlişkin Görüşleri: Türkiye Örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17, 68, 1745-1764.
- Stathopoulou, A., Siamagka, N.T. & Christodoulides, G. (2019). A multi-stakeholder view of social media as a supporting tool in higher education: An educator-student perspective. *European Management Journal* 37, 421-431.
- Stoicescu, M. & Stanescu, M.S. (2018). Social Media as a Learning Tool in Physical Education and Sports Area. *eLearning & Software for Education*, Vol. 3, 346-353.
- Şahin, F.Y., & Öztoprak, Ö. (2019). Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeylerinin Benlik Saygısına Göre İncelenmesi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 2019; (Özel Sayı): 363-377

- Qiu, J., Lin, Z. & Shuai, Q. (2019). Investigating the opinions distribution in the controversy on social media. *Information Sciences* (489), 274-288.
- Vivakaran, M.V. & Maraimalai, N. (2018). The Feasibility and Acceptance of Social Media Interventions in Higher Education Classrooms of Developing Nations with Special Reference to India. *Contemporary Educational Technology*, 9(3), 284-296.

## Extended Abstract

### Aim and Scope

The first aim of this study is to determine the SM usage habits of high school and university students. Secondly, it is aimed to compare SM tendencies of high school and university students. In addition, it aims to reveal the change in SM usage preferences of students from high school to university. The research includes the students of vocational school of higher education and Vocational High School in Gediz district of Kütahya. Approximately 15% of students in both vocational school of higher education and Vocational High School were included in the study. In this context, The research includes only vocational education students.

### Methods

The questionnaire method was applied to the students of vocational school of higher education and Vocational High School. The questionnaire was applied by considering the total number of students in the schools and the proportions of female and male students. In this context, 60 vocational high school students (40 males, 20 females) and 180 students of vocational school of higher education (90 males, 90 females) were asked questions. The questionnaire consisted of 14 questions including multiple choice, list, category and ranking question types. In the selection of the sample, simple-random sampling method was used. The data obtained was evaluated with SPSS 20.0 program. Descriptive statistical methods were used to evaluate the data.

### Findings

- There are significant differences between the students of VSHE and VHS use of YouTube and other SM networks.
- However, there are small differences in the rates of use of Facebook, Twitter and LinkedIn.
- VHS students start using Twitter later and use it less.
- VHS students start using Facebook and YouTube at an early age.
- Although VSHE students use Instagram later, they use it more.
- Although VHS students had higher rates of membership to two SM networks, VSHE students had higher rates of membership to three SM networks.
- For VHS students, Instagram is the most frequently logged SM network.
- 3/4 of ML students who use Instagram log into this network every day.
- VSHE students enter Instagram and YouTube more often than other networks.
- Instagram is the maximum daily time spent in both groups of students.
- 23.21% of VHS students and 25.46% of VSHE students spend more than 5 hours in Instagram.
- The primary aim of VHS students in using SM is to “chat with friends”.
- The primary aim of VSHE students in using SM is to “use leisure time”.
- VSHE students who identify themselves as “SM addict” are approximately twice as high as VHS students.

### Conclusion

Today, especially among young people, the high rate of SM usage reveals how important these networks. Students start using SM at a very early age. From high school to university, both the number of SM networks used and the time spent in daily SM are increasing. As a natural consequence of this situation, SM addict rates are higher among university students. The higher rates of university students who want to close their SM account reveal that the excessive use of SM creates an inconvenience to students.

# Evaluating English for Academic Purposes II Course through the CIPP Model

## Akademik Amaçlı İngilizce II Dersinin CIPP Modeliyle Değerlendirilmesi

Ahmet Erdost Yastibaş<sup>1</sup>, Tuğçenur Erdal<sup>2</sup>

### Abstract

CIPP is a common program evaluation model used in educational studies to evaluate any educational program. This study aimed to evaluate the program of English for academic purposes II given in a Turkish foundation university. Therefore, it was designed as descriptive research. 23 English language instructors participated in the research. The data was collected through the adapted version of a teacher-based CIPP program evaluation scale. The data was analyzed by using descriptive statistics. The findings of the study indicated that the participants had generally positive thoughts about the context, input, process, and product dimensions of the program, but there were some weaknesses in each dimension: the relevancy of the program to the physical conditions of the classes and the students' English background knowledge in the context dimension; the course book and suggested materials in the input dimension; time allocated to study the theoretical knowledge and do the activities and uninteresting and demotivating activities in the process dimension; the individual needs of the students and not encouraging to study English for academic purposes in the product dimension.

**Keywords:** CIPP model, English for academic purposes, course evaluation.

### Öz

CIPP, eğitim çalışmalarında herhangi bir eğitim programını değerlendirmek için kullanılan yaygın bir program değerlendirme modelidir. Bu çalışma, bir Türk vakıf üniversitesinde verilen akademik amaçlı İngilizce II dersinin programını değerlendirmeyi amaçlar. Bu nedenle, betimsel bir çalışma olarak tasarlanmıştır. 23 İngilizce öğretim görevlisi çalışmaya katılmıştır. Veriler, öğretmen temelli CIPP program değerlendirme ölçeğinin adapte edilmiş versiyonu ile toplanmıştır. Veriler, betimsel istatistikle analiz edilmiştir. Bu çalışmanın bulguları göstermiştir ki katılımcıların, genellikle programın bağlam, girdi, süreç ve ürün boyutlarıyla ilgili olarak genellikle olumlu düşünceleri vardır; fakat her bir boyutta birkaç geliştirilmesi gereken nokta mevcuttur: süreç boyutunda programın sınıfların fiziksel koşullarına ve öğrencilerin İngilizce artalan bilgilerine uygun olması; girdi boyutunda ders kitabı ve önerilen materyaller; süreç boyutunda teorik bilgileri çalışmak ve aktiviteleri yapmak için ayrılan zaman ile ilginç ve motive etmeyen aktiviteler; ürün sürecinde öğrencilerin bireysel ihtiyaçları ve İngilizceyi akademik amaçlarla çalışmayı teşvik etmeme.

**Anahtar Kelimeler:** CIPP modeli, akademik amaçlı İngilizce, ders değerlendirilmesi.

### Araştırma Makalesi [Research Paper]

**Submitted:** 05 / 09 / 2019

**Accepted:** 12 / 02 / 2020

<sup>1</sup> English language instructor Dr., Department of Modern Languages, School of Foreign Languages, Atılım University, email: ahmet.yastibas@atilim.edu.tr, Orcid: 0000-0002-1886-7951.

<sup>2</sup> English language instructor, Department of Modern Languages, School of Foreign Languages, Atılım University, email: tugcenur.kavgaci@atilim.edu.tr, Orcid: 0000-0002-1076-5344.



## Introduction

Since the importance of learning English has become one of the most inevitable parts of our modern age, the components of this process have gained significance. In other words, programs, curricula and syllabi are the milestones of the components. Evaluating them also contributes to the evaluation of the learning process. When it comes to program evaluation, it is principally described as the procedure of gathering information about the whole educational program, or some aspects of it so as to make decisions and further revisions about the program.

Curriculum evaluation is another aspect which needs to be considered in order to obtain better results so that language learning can become more fruitful and efficient. It can generally be described as the process of evaluating the quality of educational programs, projects, materials, and techniques (Borg & Gall, 1983) or the act of collecting and providing information for decision-makers to function effectively (Worthen & Sanders, 1987). When the reasons for program evaluation are asked, there are three main reasons that are classified by Cronbach (1991). According to Cronbach (1991), the first reason is *course improvement* which considers decisions on the fruitfulness of the instructional materials and methods, so alterations can take place if needed. As Cronbach (1991) stated, depending on the needs of students, *decisions about individuals* are taken into account to identify their deficiencies and progress and to plan the instruction, selection, and grouping for them. The last reason is *administrative regulation* that helps to find out the quality of the school system and individual teachers (Cronbach, 1991).

One of the commonly used curriculum evaluation models is the CIPP model developed by Stufflebeam in the late 1960s. The CIPP model is a kind of process evaluation which aims to compare the actual implementation of the program with what is intended in the program, what the implementation of the program costs, and how the participants evaluate the effort (Stufflebeam & Shinkfeld, 1985). It is based on the view that the most important purpose of evaluation is not to prove, but to improve, so it considers evaluation to be a continuing process (Ornstein & Hunkins, 1988). The aim of this evaluation model is to help administrators make good decisions on educational issues (Worthen, Sanders, & Fitzpatrick, 1997).

CIPP stands for context, input, process, and product. Context deals with the learning environment. It aims to define the environment and to indicate the judgments about the desired conditions unique to the environment, the needs that are not met and missed opportunities, and to reveal the reason(s) for the unmet needs (Ornstein & Hunkins, 1998). Therefore, context includes different aspects of a course such as its relation with other courses, external factors, the adequacy of time, need for the course, and its link with extension activities.

Input focuses on the explanation of course objectives, their alignment with the goals of the school, the alignment of course content with course objectives, and appropriateness of instructional strategies to course objectives. The purpose of input is to evaluate a program in these aspects. Thus, it can help to understand whether the implementation is adequate and inform about needed modification if the implementation is not adequate, so with this understanding and information, external audience can learn about the program and help different stakeholders including program administrators and staff to interpret the outcomes of the program (Gredler, 1996).

Process concentrates on program activities, resources, and stakeholders' roles. Its purpose is to answer several questions related to the implementation of program activities, the use of available resources, and the acceptance and implementation of the roles by the participants (Stufflebeam, 1983; Stufflebeam & Shinkfeld, 1985).

Product serves as a tool to measure, interpret, and judge what a program has attained (Stufflebeam & Shinkfeld, 1985). According to Gredler (1996), this evaluation includes negative and positive outcomes in addition to intended and unintended effects. Therefore, it can help to make a decision on the future function of the program – that is, whether a program should be continued, repeated, and/or extended to other settings (Stufflebeam, 1983; Stufflebeam & Shinkfeld, 1985).

In accordance with the explanations below, the present study aimed to evaluate the program of English for academic purposes II through the CIPP model by trying to answer the following research questions:

1. What do the English language instructors think about the program of the English for academic purposes II course?
  - a. What do the English language instructors think about the context dimension of the program of the English for academic purposes II course?
  - b. What do the English language instructors think about the input dimension of the program of the English for academic purposes II course?
  - c. What do the English language instructors think about the process dimension of the program of the English for academic purposes II course?
  - d. What do the English language instructors think about the product dimension of the program of the English for academic purposes II course?

## 1. Literature Review

There are eight CIPP-based program evaluation studies on English language teaching programs (ELTPs) in Turkey. Three of these studies evaluated different ELTPs in the secondary and high school (Aktı Aslan & İzci, 2017; Dinçer & Saracaloğlu, 2017; Turan, 2016). The other studies were conducted in different Turkish universities to evaluate different ELTPs (Karataş & Fer, 2009; Orhan, 2016; Ödemiş, 2018; Tunç, 2010; Yılmaz Vırlan, 2014). Aktı Aslan and İzci (2017) evaluated the ELTP with English language teachers, and Orhan (2016) made his evaluation study with the course students, while the others were conducted with both course teachers and students.

In the context dimension, five ELTPs evaluated were found to meet the students' needs from a moderate level to a satisfactory level (Dinçer & Saracaloğlu, 2017; Karataş & Fer, 2009; Orhan, 2016; Ödemiş, 2018; Turan, 2016). The course books used in two ELTPs were considered to be aligned with the purposes of the ELTPs (Aktı Aslan & İzci, 2017; Karataş & Fer, 2009), yet Aktı Aslan and İzci (2007) and Yılmaz Vırlan (2014) found that the ELTPs they evaluated had problems because of their purposes: the ones in Aktı Aslan and İzci (2007) were not relevant to the students' level of readiness, and the ones in the other study were not detailed. However, the ones in Ödemiş (2018) were relevant to the students' levels of readiness. Besides, one common weakness among the three ELTPs evaluated is that those programs did not pay enough attention to speaking (Dinçer & Saracaloğlu, 2017; Ödemiş, 2018; Yılmaz Vırlan, 2014); while Karataş and Fer (2009) found that the ELTP evaluated balanced the importance given to each language skill. In addition, according to Tunç (2010), the ELTP evaluated had necessary equipment, but crowded classes and transportation avoided using the equipment effectively, while the ELTP evaluated by Turan (2016) was considered to have been prepared without considering the physical and technological features of the school.

In the input dimension, Dinçer and Saracaloğlu (2017), Karataş and Fer (2009), Turan (2016), and Yılmaz Vırlan (2014) revealed in their ELTP studies that the materials used were insufficient, ineffective, uninteresting, difficult for learning, irrelevant to the students' levels of readiness, or could not be relevant to the physical and technological conditions of the school. Similarly, not stating the objectives clearly caused the input not to meet the teachers' expectations and not to achieve the improvement expected (Tunç, 2010). On the other hand, the materials in the ELTPs evaluated by Aktı Aslan and İzci (2017) and Ödemiş (2018) were considered to get the students' attention, to be in line with the course objectives, or to promote language skills. In Orhan's study (2016), the materials in the ELTP were found to have a moderate level quality and lack the materials promoting speaking.

In the process dimension, the processes of the two ELTP were implemented were found to be implemented without experiencing several problems in Aktı Aslan and İzci (2017) and Karataş and Fer (2009). Likewise, Orhan (2016) revealed that the program evaluated had a moderate level of quality in terms of communicating with teachers, their lecturing, and use of materials. Yet, the processes in the other evaluated ELTPs experienced problems because of program overload, lack of time and materials (Dinçer & Saracaloğlu, 2017; Tunç, 2010; Yılmaz Vırlan, 2014), assessment tools irrelevant to the students' levels of English (Tunç, 2010), technological facilities, lack of extracurricular activities (Turan, 2016), and materials irrelevant to the course objectives (Yılmaz Vırlan, 2014) and not promoting students' participation (Ödemiş, 2018). Despite this, the activities and methods used in the ELTPs were considered to be effective (Ödemiş, 2018), communication with the teachers was good (Tunç, 2010), and interaction and classroom management were found to be good (Turan, 2016).

The product dimension of almost every ELTP evaluated was problematic because the students in the programs could not produce what was expected from them (Dinçer & Saracaloğlu, 2017; Orhan, 2016). In addition, the products did not meet the expectations especially in terms of speaking and/or listening (Aktı Aslan & İzci, 2017; Orhan, 2016; Ödemiş, 2018; Tunç, 2010; Yılmaz Vırlan, 2014) as well as writing (Ödemiş, 2018). Besides, the product dimension of three ELTPs were found out not to be benefitted enough and meet the students' individual needs (Ödemiş, 2018), not to encourage students to learn, work in groups and use what they learnt (Karataş & Fer, 2009), and to meet the course objectives moderately (Orhan, 2016). However, Turan (2016) revealed that the aviation ELTP contributed to the students' English and helped the students to achieve course objectives to a certain extent.

## 2. Methodology

### 2.1. Research Design

A study aims to describe a phenomenon as it was in the past or is now (Karasar, 2009). In another definition, Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz, and Demirel (2009) explained it as describing the case or phenomenon thoroughly and cautiously. Accordingly, the present study aimed to describe the curriculum of English for academic purposes II based on the thoughts about the instructors on the curriculum, so descriptive research design was employed in this study.

## 2.2. The Course Evaluated: English For Academic Purposes II

The course is a four-hour obligatory English course for the students of English-medium departments. A digital course book is used in the course, and students study English for academic purposes through their mobile devices. It is generally based on academic reading and writing. It also includes academic speaking and listening. In accordance with these, the course aims to achieve the following objectives in each skill:

In reading, students are expected to

1. identify sentence functions,
2. identify main idea(s) and supporting details,
3. locate specific information,
4. recognize referents/substitution words,
5. summarize sections of a text, and
6. guessing meaning from the context.

In writing, students are expected to

1. write a graph description,
  - a. plan and draft a graph description,
  - b. write a well-organized graph description with an introduction, body and conclusion, and
  - c. use linkers appropriately.

In speaking, students are expected to

1. give mini presentations.

In listening, students are expected to

1. listen for gist and detailed information.

Students are evaluated through both formative and summative assessment tools. They take one midterm and one final exam. They make two different individual presentations on different topics related to health and technology. They prepare a portfolio which has two different writing tasks: single-graph and two-graph writing. They do five video-based discussion tasks and two listening tasks.

## 2.3. Participants

23 English language instructors who taught the English for academic purposes II course participated into the research. 19 out of 23 participants were female, while the rest were male. Their ages varied between 24 and 56. Nine participants graduated from English language teaching, eight from English language and culture, four from American culture and literature, one from translation and interpretation, and one from English linguistics departments. Their teaching experience ranged between 3 and 30 years.

## 2.4. Data Collection Tool

The data was collected through the adapted version of the Teacher Scale for the Ninth Grade Mathematics Curriculum developed by Çimili Abat (2016). This scale was adapted taking into consideration the objectives and content of the English for academic purposes II by the researchers. Then, they shared it with one of their colleagues with a Ph.D. degree in English language teaching and the head of the department who coordinated the curriculum development study of English for academic purposes II and had an MA degree in curriculum design for the face, content, and construct validity. The Cronbach's Alpha coefficient of the whole adapted scale was 0.934. The ones for the context, input, process, and product sub-scales were respectively 0.843, 0.835, 0,6, and 0.887.

## 2.5. Data Analysis

Descriptive statistics (i.e. frequencies and percentages) was used to analyze the collected data. SPSS 20 for Mac was used to make the descriptive analysis.

## 2.6. Data Collection Procedure

The data was collected in the course evaluation meeting of the English for academic purposes II course. The researchers distributed the scales to the English language instructors attending the meeting. The participants completed the questionnaire in almost ten minutes and returned it to the researchers in the meeting.

### 3. Findings

The first research question is about what the participants thought about the context of the English for academic purposes II course. Table 1 below presents the frequency and percentages of the participants' responses to the context-related items.

**Table 1. The Frequency and Percentages of The Participants' Responses to The Context-Related Items**

Evaluating Context	CD*		D		NAND		A		CA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. The program is relevant to the campus facilities.			2	8,7	4	17,4	9	39,1	8	34,8
2. The program is relevant to the development of problem-solving skills of the students.			2	8,7	6	26,1	14	60,9	1	4,3
3. The program is relevant for the students to use English for academic purposes.			1	4,3	4	17,4	13	56,5	5	21,7
4. The program is relevant to develop the students' academic English skills.			1	4,3	5	21,7	12	52,2	5	21,7
5. The objectives of the program is relevant to the students' English background knowledge.			7	30,4	9	39,1	6	26,1	1	4,3
6. The theoretical knowledge in the program is sufficient.			1	4,3	7	30,4	13	56,5	2	8,7
7. The objectives of the program are relevant to the needs of the students.			1	4,3	9	39,1	11	47,8	2	8,7
8. The objectives of the program are relevant to the principles of English for academic purposes.					6	26,1	13	56,5	4	17,4
9. The objectives of the program can help the students to understand the academic context.			2	8,7	9	39,1	10	43,5	2	8,7
10. The objectives of the program are clear and understandable.			2	8,7	3	13	13	56,5	5	21,7
11. The subjects in the program are relevant to the students' levels of English (B1).	1	4,3	4	17,4	5	21,7	10	43,5	3	13
12. The physical conditions of the classes are relevant to achieve the objectives of the program.	2	8,7	11	47,8	5	21,7	3	13	2	8,7
13. The objectives of the program are not necessary for the first grade students.	1	4,3	10	43,5	9	39,1	2	8,7	1	4,3

\* shows that CD: Completely disagree, D: Disagree, NAND: Neither agree nor disagree, A: Agree, and CA: Completely agree.

According to Table 1, 73,9% of the participants thought that the facilities of the campus are relevant to the program. More than half of the participants (f=15) agreed that the program is relevant to develop the problem-solving skills of the students. Similarly, more than half of them (f=18) mentioned that the students can use English for academic purposes in the program. Accordingly, the program is believed to be suitable for developing the students' academic English skills by 73,9% of the participants. Though 30,4% of them disagreed that the program is relevant to the students' English background knowledge, the same amount of them agreed with this. That the theoretical knowledge in the program is sufficient for the students is agreed by most of the participants (f=15). Half of the participants (56,5%) agreed that the objectives of the program are suitable to the needs of the students. In addition, the objectives of the course are thought to be appropriate to the principles of English for academic purposes by 17 participants, to help the students to understand the academic context by 12 participants, and to be clear and understandable by 18 participants. While 56,5 of the participants approved that the subjects in the program are appropriate to the English levels of the students, 21,7% did not approve this. 56,5% of them disagreed with the item that the physical conditions of the classes are relevant to the objectives of the course. Finally, 47,8% of them did not approve the idea that the objectives of the program are not necessary for the first grade students, while 39,1% neither agreed nor disagreed with the idea.

**Table 2. The Frequency and Percentages of The Participants' Responses to The Input-Related Item**

Evaluating Input	CD*		D		NAND		A		CA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. The objectives of the program are in alignment with the goals of the university.					3	13	16	69,6	4	17,4
2. Required sources are available at the university.			6	26,1	7	30,4	8	34,8	2	8,7
3. Required materials are available at the university.			5	21,7	8	34,8	7	30,4	3	13
4. The course book gets students' attention.	3	13	10	43,5	8	34,8	2	8,7		
5. The course book is relevant to the students' levels of English.			12	52,2	8	34,8	3	13		

6. The course book is in align with the objectives of the program.	4	17,4	11	47,8	7	30,4	1	4,3
7. Suggested teaching strategies are compatible with the objectives of the program.	1	4,3	5	21,7	16	69,6	1	4,3
8. Suggested teaching methods and techniques enable to achieve the objectives.	1	4,3	5	21,7	14	60,9	3	13
9. Suggested materials in the program get the students' attention.	2	8,7	7	30,4	8	34,8	6	26,1
10. Suggested materials promote students' learning.	4	17,4	6	26,1	10	43,5	3	13

\* shows that CD: Completely disagree, D: Disagree, NAND: Neither agree nor disagree, A: Agree, and CA: Completely agree.

As seen in Table 2, almost all of the participants ( $f=20$ ) agreed that the objectives of the program are aligned with the goals of the university. While 26,1% of them disagreed that the required sources are available at the university, 43,5% of them agreed with this item. Similarly, 21,7% of them did not think that the required materials are available at the university, but 43,4% thought that they are available. Half of the participants (56,5%) did not think that the course book gets the students' attention, and the course book is considered to be irrelevant to the students' levels of English by 52,2% of them. While eleven participants neither agreed nor disagreed that the course book is aligned with the objectives of the program, eight participants agreed that it is aligned. 73,9% of them agreed that suggested teaching strategies are compatible with the objectives of the course and suggested teaching methods and techniques enable to achieve the objectives. 39,1% of them did not agree that suggested materials get students' attention, while 26,1% of them thought that they get their attention. However, 56,5% of them believed that suggested materials promote students' learning.

**Table 3. The Frequency and Percentages of The Participants' Responses to The Process-Related Item**

Evaluating Process	CD*		D		NAND		A		CA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. The allocated time for the program is sufficient to achieve the objectives.	1	4,3	1	4,3	9	39,1	7	30,4	5	21,7
2. The allocated time for studying the theoretical information in the program is sufficient.			3	13	10	43,5	8	34,8	2	8,7
3. The allocated time for the activities in the program is sufficient.			5	21,7	10	43,5	6	26,1	2	8,7
4. The implementation of the activities given in the course book is student-centered.			2	8,7	5	21,7	16	69,6		
5. The activities made in the program are individual.			6	26,1	9	39,1	8	34,8		
6. The program has group work activities.	1	4,3			6	26,1	13	56,5	3	13
7. The activities in the program are boring for the students.			4	17,4	11	47,8	8	34,8		
8. The program has activities that improve students' problem solving skills.			1	4,3	7	30,4	14	60,9	1	4,3
9. The activities in the program help the students to learn by discussing.			3	13	3	13	16	69,6	1	4,3
10. The activities in the program improve the students' information and communication skills.			1	4,3	3	13	17	73,9	2	8,7
11. The activities in the program increase the students' motivation.			5	21,7	15	65,2	3	13		
12. The assignments given are compatible with the objectives of the program.					6	26,1	13	56,5	4	17,4

\* shows that CD: Completely disagree, D: Disagree, NAND: Neither agree nor disagree, A: Agree, and CA: Completely agree.

As Table 3 indicates, half of the participants (52,1%) believed that the allocated time for the program is sufficient to achieve the course objectives, yet 43,5% of them neither agreed nor disagreed that the allocated time for studying the theoretical knowledge and activities in the program is sufficient. However, nine participants thought that the allocated time for studying the theoretical information in the program is sufficient, and eight agreed that the time is enough for the activities. More than half of them ( $f=19$ ) believed that the implementation of the activities is student-centered. While only 34,8% of the participants agreed that the activities in the program are individual, 56,5% of them thought that the activities in the program support group work. Eleven participants neither agreed nor disagreed that the activities in the program are boring for the students, while 34,8% of them agreed with this item. More than half of the participants (60,9%, 73,9%, and 82,6%) thought that the activities in the program improves students' problem-solving skills, help them learn by discussing, and improve their information and communication skills in order. 65,2% of them neither agreed nor disagreed that the activities in the program increase students' motivation, while 21,7% did not agree with this item. Finally, 83,9% of them thought that the assignments in the course are compatible with the objectives of the program.

**Table 4. The Frequency and Percentages of The Participants' Responses to The Product-Related Item**

Evaluating Product	CD*		D		NAND		A		CA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. The products of the students meet their individual needs.			3	13	12	52,2	8	34,8		
2. The program meets the students' current needs related to academic English.			1	4,3	7	30,4	13	56,5	2	8,7
3. The program encourages the students to learn academic English.			4	17,4	9	39,1	9	39,1	1	4,3
4. The program enables the students to use what they learn.	1	4,3	1	4,3	5	21,7	14	60,9	2	8,7
5. The program helps the students to gain the habit of working in groups.			5	21,7	7	30,4	9	39,1	2	8,7
6. The assignments given in the program affect the students' attention to academic English positively.	1	4,3	5	21,7	9	39,1	7	30,4	1	4,3
7. The program improves the students' critical thinking skills.					8	34,8	11	47,8	4	17,4
8. The program improves the students' problem-solving skills.			2	8,7	10	43,5	10	43,5	1	4,3
9. The program improves the students' reasoning skills.			2	8,7	7	30,4	11	47,8	3	13
10. The program provides the students with the basis for their academic English needs in the future.			2	8,7	5	21,7	15	65,2	1	4,3
11. The program causes the students to pay attention to academic English.	1	4,3	1	4,3	12	52,2	8	34,8	1	4,3
12. The program improves the students' academic English skills.			1	4,3	4	17,4	16	69,6	2	8,7
13. The knowledge learnt by the students in the program is considered good.	1	4,3	5	21,7	5	21,7	10	43,5	2	8,7
14. The improvement of the students in academic English at the end of the program is considered good.			3	13	8	34,8	11	47,8	1	4,3

\* shows that CD: Completely disagree, D: Disagree, NAND: Neither agree nor disagree, A: Agree, and CA: Completely agree.

As understood from Table 4, while eight participants thought that the products of the students in the program meet their individual needs, twelve participants did not agree and disagree with this item. Yet, 65,2% of them believed that the program meets the students' current needs related to academic English. Ten participants agreed that the program encourages the students to learn academic English while nine participants neither agreed nor disagreed with it. However, that the program enables the students to use what they learn is agreed by 69,6% of them. 47,8% of them agreed that the program promotes the habit of group work among the students. Though 26% of them did not agree with the item that the assignments in the program affect the students' attention to academic English positively, 34,7% of them approved it. 65,2%, 47,8%, 60,8%, and 78,3% of them thought that the program improves the students' critical thinking, problem-solving, and reasoning, and academic English skills in order. More than half of them (f=16) supported that the program provides the students with the basis for their academic English needs in the future. Yet, 52,2% of them did not agree and disagree with the item that the program causes the students to pay attention to academic English, while 39,1% of them agreed with it. Twelve participants considered the knowledge learnt in the program and the improvement of the students in academic English at the end of the program good, but six participants did not consider the knowledge learnt in the program as good, and three participants did not consider the improvement of the students in academic English at the end of the program good.

#### 4. Discussion

The participating instructors did not generally have many negative thoughts about the context of the program except the appropriateness of the physical conditions of the classes regarding the objectives of the program in line with Tunç (2010) and Turan (2016) though they thought the facilities of the campus serve the program. As the main concern of the program is to teach English for academic purposes, the results show that the program can be considered to be prepared in a good way. There are several reasons for this assumption. The program is thought to develop problem-solving skills among the students, be suitable for developing the students' academic English skills, be relevant to the principles of academic English, and promote the use of English for academic purposes. The program can do these by (a) providing the students with enough theoretical knowledge, (b) helping them to understand academic context, (c) making the objectives clear and understandable to the students and relevant to the needs of the students as found out by Dinçer and Saracaloğlu (2017), Karataş and Fer (2009), Orhan (2016), Ödemiş (2018), Turan (2016), and (d) adjusting the levels of the subjects based on the students' levels of English. Yet, it is thought to be inappropriate to the students' English background knowledge by

one third of the participants and is not considered whether it is appropriate to their English background by another one third of the participants, which is supported by the literature (Aktı Aslan & İzci, 2017).

Apart from the course book and suggested materials, the participants did not share many negative thoughts about the input dimension of the program. The input given to the students by the program can be thought to be effective because (a) its objectives are aligned with the goals of the university, (b) the required sources and materials are available at the university unlike the ELTP evaluated in Turan (2016), and (c) suggested teaching strategies, techniques, and methods are considered effective to achieve its goals. However, the course book and suggested material may affect this effort negatively as they did in the ELTPs evaluated by Dinçer and Saracaloğlu (2017), Karataş and Fer (2009), Turan (2016), and Yılmaz Vırlan (2014) because the course book is not at the students' level of English, does not get their attention like the suggested material, and is not aligned with the objectives of the program well.

Like the process dimensions of the evaluated ELTPs in the literature (Dinçer & Saracaloğlu, 2017; Ödemiş, 2018; Turan, 2016; Tunç, 2010; Yılmaz Vırlan, 2014), the process dimension of this program has some difficulties. The allocated time for the program is enough to achieve the course goals, but not to study the theoretical information and do the activities. This may affect the process dimension negatively, which is in line with the literature (Dinçer & Saracaloğlu, 2017; Tunç, 2010; Yılmaz Vırlan, 2014). Like the activities in the ELTP evaluated by Ödemiş (2018), the activities in the program can be considered to make its process dimension more effective and efficient because the activities are thought to be student-centered, improve students' problem-solving skills, help them learn by discussing, and improve their information and communication skills even though they cannot be considered motivating and interesting for the students. The activities are also believed to support group work. Besides the activities, the assignments also support the process dimension of the program positively unlike what Tunç (2010) found out because the assignments in the course are compatible with the objectives of the program.

The findings also show that the product dimension of the program meets the expectations of the participants unlike what Aktı Aslan and İzci (2017), Dinçer and Saracaloğlu (2017), Karataş and Fer (2009), Orhan (2016), Ödemiş (2018), Tunç (2010), and Yılmaz Vırlan (2014) found in the literature. There are several reasons for this assumption. The program is thought to (a) improve the students' critical thinking, problem-solving, and reasoning, and academic English skills, (b) meet their current needs related to academic English, (c) encourage them to learn academic English, (d) enable them to use what they learn, and (e) provide them with the basis for their academic English needs in the future. Similarly, the knowledge learnt in the program and the improvement of the students in academic English at the end of the program are considered good. Yet, the program has some weaknesses. It cannot be observed clearly that the products of the students in the program meet their individual needs in line with what Ödemiş (2018) found out, the assignments in the program affect the students' attention in academic English positively, and the program promotes the students' attention to academic English.

## Conclusion

The program evaluation study indicated that the program of the English for academic purposes II was generally considered to be prepared in a good way in terms of its context, input, process, and product dimensions. However, each dimension has some weaknesses to be improved. The program should be adjusted to the physical conditions of the classes and improved regarding the students' English background knowledge in the context dimension. The course book and suggested materials should be re-assessed and re-evaluated carefully in the input dimension. More time should be allocated to studying the theoretical knowledge and doing the activities, and activities should be made more interesting and motivating in the process dimension. For the product dimension, the objectives of the program and assignments should be aligned with the individual needs of the students, and the program should be made more encouraging for the students to study English for academic purposes.

A similar English for academic purposes course in a different Turkish university can be evaluated by following the methodology presented in the study. The adapted instrument can enable the managers and/or coordinators of such courses to understand what actually happens in the classes according to the information given by course instructors. Such an attitude can promote the involvement of course instructors in the decision-making process related to the syllabus and/or curriculum of such courses. Thus, such programs can be improved in terms of content, input, process, and product.

The findings of the present study can be used to develop an English for academic purposes course in a different Turkish university. It can enable program/course developers to understand what kind of objectives can be taught in an English for academic purposes course, how these objectives can be met, what can work, and what cannot work in the classes, depending on the experiences of course instructors as the implementers of this course. Therefore, program/course developers can develop this course by considering these issues in the content, input, process, and product dimensions of the course.

## References

- Aktı Aslan, S. & İzci, E. (2017). Evaluation of secondary school English teaching program according to the remarks of teachers with context, input, process and product (CIPP) model, *İnönü University Journal of the Faculty of Education*, 18(2), 33-44. DOI: 10.17679/inuefd.323402
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, O. E., Karadeniz, S., & Demirel, F. (2009). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Borg, W. R. & Gall, D. (1983). *Educational research*. Newyork: Longman.
- Coşkun, A. & Daloğlu, A. (2010). Evaluating an English language teacher education program through Peacock's model. *Australian Journal of Teacher Education*, 35(6), 24-42.
- Cronbach, L. J. (1991). Course improvement through evaluation. *Teachers College Record*, 64, 672-683.
- Çimili Abat, E. Z. (2016). 9. sınıf matematik dersi öğretim programının bağlam, girdi, süreç, ürün değerlendirme modeline göre değerlendirilmesi (Unpublished master's thesis). Akdeniz University, Antalya, Turkey.
- Dinçer, B. & Saracaloğlu, A. S., (2017). 7. sınıf İngilizce öğretim programının Stufflebeam'in bağlam-girdi-süreç-ürün (CIPP) modeline göre değerlendirilmesi. *Qualitative Studies (NWSAQs)*, 12(2):1-24, DOI: 10.12739/NWSA.2017.12.2.E0032.
- Gredler, M. E. (1996). *Program evaluation*. Prentice Hall.
- Karasar, N. (2009). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Karataş, H. & Fer, S. (2009). Evaluation of English curriculum at Yıldız Technical University using CIPP model. *Education and Science*, 34(153), 47-60.
- Ödemiş, İ. (2006). *Meslek yüksekokulu İngilizce öğretim programının bağlam girdi süreç ürün (CIPP) modeli kullanılarak değerlendirilmesi* (Unpublished doctoral dissertation). Eskisehir Osmangazi University, Eskişehir, Turkey.
- Orhan A. (2016). *Uzaktan eğitimle yürütülen yabancı dil dersi öğretim programının bağlam, girdi, süreç ve ürün (CIPP) modeli ile değerlendirilmesi* (Unpublished master's thesis). Düzce University, Düzce, Turkey.
- Ornstein, A. C. & Hunkins, F. P. (1988). *Curriculum: Foundations, principles and issues*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Şahin, V. (2006). *Evaluation of the in-service teacher training program "The Certificate for Teachers of English" at the Middle East Technical University School of Foreign Languages* (Unpublished doctoral dissertation). Middle East Technical University, Ankara, Turkey.
- Stufflebeam, D. L. (1983). The CIPP model for program evaluation. In G. F. Madaus, M. S. Scriven, & D. L. Stufflebeam (Eds.), *Evaluation models* (pp.117-141). Boston: Kluwer-Nijhoff Publishing.
- Stufflebeam, D. L. & Shinkfield, A. J. (1985). *Systematic evaluation*. Boston: Kluwe-Nijhoff Publishing.
- Tunç, F. (2010). *Evaluation of an English language teaching program at a public university using CIPP model* (Unpublished master's thesis). Middle East Technical University, Ankara, Turkey.
- Worthen, B. R. & Sanders, J. R. (1987). *Educational evaluation: Alternative approaches and practical guidelines*. New York: Longman.
- Worthen, B. R., Sanders, J. R., & Fitzpatrick, J. L. (1997). *Program evaluation: Alternative approaches and practical guidelines*. New York: Longman.
- Yılmaz Vırlan, A. (2014). A case study: evaluation of an English speaking skills course in a public university preparatory school program via CIPP model (Unpublished master's thesis). Yeditepe University, İstanbul, Turkey.



# Anlatı Deneyim Tabanları – “Küçük Prens” Örnek Olayı<sup>1</sup>

## Narrative Experience Bases - "The Little Prince" Case Study

Mehmet Emin Mutlu<sup>2</sup>, Ayşe Peri Mutlu<sup>3</sup>

### Öz

Deneyim tabanı, yaşam günlüğü sistemi ile yakalanan yaşam deneyimleri ile bu deneyimlere eşlik eden bağlamların ontolojisinden elde edilen bir bağlam-deneyim anlamsal ağına dayalı kişisel bilgi tabanıdır. Deneyim tabanları kişisel deneyimlerden elde edilirler ve kişinin kendisi deneyimlerin tek aktörüdür. Anlatılar ise öykü, masal, roman gibi içinde birden fazla aktörün bulunabildiği deneyim kümeleridir ve bir anlatıdaki her aktör için ayrı bir deneyim tabanı elde edilebilir. Bu çalışmada “öğrenme deneyimleri yönetimi” yaklaşımının bir parçası olan, yaşam deneyimlerine eşlik eden bağlamların ve bağlam - deneyim anlamsal ağının elde edilmesi sürecinin anlatılardaki deneyimlere uyarlanması araştırılmıştır. Geliştirilen yöntem Antoine de Saint-Exupéry'nin dünyaca ünlü “Küçük Prens” isimli öyküsü üzerinde uygulanarak değerlendirilmiştir. Çalışmanın Sonuç ve Öneriler bölümünde “anlatı deneyim tabanları” ve “anlatıların deneyim tabanıyla modellenmesi” düşünceleri kavramsallaştırılmış ve uygulama alanları tartışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Deneyim Tabanları, Anlatı Deneyim Tabanları, Anlatı Modelleme.

### Abstract

An experience base is a personal knowledge base based on a context-experience semantic network derived from the ontology of life experiences captured by a life logging system and the accompanying contexts. Experience bases are derived from personal experiences and one is the sole actor of experiences. Narratives are sets of experiences in which more than one actor can be found, such as a story, fairy tale and novel, and a separate experience base can be obtained for each actor in a narrative. In this study, the adaptation of contexts and context - experience semantic network to the experiences of narratives, which are part of the “management of learning experiences” approach, are investigated. The developed method was evaluated by applying it on Antoine de Saint-Exupéry's world famous “Little Prince”. In the Conclusion and Suggestions section of the study, narrative experience bases and the ideas of modeling narratives with experience base were conceptualized and their application areas were discussed.

**Keywords:** Experience Bases, Narrative Experience Bases, Narrative Modelling

### Araştırma Makalesi [Research Paper]

**Submitted:** 13 / 09 / 2019

**Accepted:** 12 / 02 / 2020

<sup>1</sup> Bu çalışma 26-28 Ekim 2017 tarihlerinde Antalya'da düzenlenen 6th World Congress on Educational and Instructional Studies – WCEIS 2017'de sözlü bildiri olarak sunulan yayınlanmamış çalışmadan türetilmiştir.

<sup>2</sup> Doç.Dr., Anadolu Üniversitesi, memutlu@anadolu.edu.tr, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0949-4057>.

<sup>3</sup> Anadolu Üniversitesi, aperi@anadolu.edu.tr, Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4690-0760>.

## Giriş

Ansiklopedik tanıma göre deneyim, katıldığımız ya da maruz kaldığımız olay ve etkinliklerle kazandığımız bilgi ya da beceri ile oluşur (Experience, 1989). Bireyin yaşam deneyimlerinin geniş bir doğası bulunmaktadır. Deneyimlerimiz fiziksel, zihinsel, duygusal, ruhani, dini, sosyal ya da sanal deneyimler olabilir. Deneyim kavramı İngilizcede geniş zaman ve geçmiş zaman için ayrı anlama sahiptir. Geniş zamanda kullanıldığında bireyin şu andaki öznel deneyimini ifade ederken, geçmiş zamanda kullanıldığında (“deneyimli” sözcüğü biçiminde kullanılır) geçmişteki deneyimlerin birikimini ifade eder. Geniş zamanda düşünüldüğünde birey herhangi bir anda bir ya da birkaç deneyim yaşamaktadır ve önceden planlanmış ve düzenlenmiş deneyimlerin dışındakilerinin belirgin bir başlangıç ve bitiş noktaları olmadığı gibi, bireyler çoğunlukla o anda bir deneyim yaşadıklarının farkında olmayabilirler. Deneyimlere ait bu sürekli akışın daha sonra fark edilebilmesi ve hatırlanabilmesi amacıyla deneyimlerin yakalanmasını sağlayan yaşam günlüğü sistemleri geliştirilmiştir. Yaşam günlüğü sistemleri giyilebilir algılayıcıların yardımıyla, yaşanan ana ait görüntü, ses, video, konum ve hareket bilgisi gibi verilerin pasif biçimde yakalanmasını, bir araya getirilerek kaydedilmesini, işlenmesini ve yansıtılmasını sağlayan sistemlerdir (Gurrin vd., 2014, s.4).

Yaşam deneyimlerine eşlik eden bağlamların yapısını kavramak amacıyla geliştirilen LECOM yaşam deneyimleri bağlam modeline göre bireylerin herhangi bir anındaki yaşam deneyimine “kişiler”, “yerler”, “olaylar”, “davranışlar”, “özellikler”, “duygular” ve “varlıklar” bağlamları eşlik eder (Mutlu, 2015a, s.177). Deneyimi çevreleyen bağlamların fiilleri (ilişkileri) deneyimi yaşayan öznenin fiilleridir. Diğer bir deyişle, deneyimi yaşayan birey bir “yer” in içinde bulunur, “kişiler” ile iletişim kurar, “olaylar” yaşar vb. İki birey aynı gözlemlenebilir bağlamlara sahip deneyimi yaşamış olsalar bile, bu deneyimler bireylerin gözlemlenemeyen bağlamlarındaki farklılıklardan dolayı iki farklı deneyim olacaktır. Bağlamlar bireyin deneyimlerini ifade edebilmeleri için yeterli dil öğelerini içermelidirler. Diğer bir deyişle, her deneyim bağlam fiillerinin kümesiyle tanımlanabilmelidir. Örneğin, X deneyimi esnasında Y yerinde bulunulmuş; K kişileriyle iletişim kurulmuş; O olayları yaşanmış; DA davranışları gerçekleştirilmiş; Ö özellikleri değişmiş; DU duyguları hissedilmiş; V varlıkları kullanılmış olabilir (Mutlu, 2015a, s.181).

Yaşam deneyimleri bağlam modeli kişisel deneyimleri veri olarak ele aldığı için mahremiyet nedeniyle yaygın biçimde ve rahatça örneklenebilir durumda değildir. Bu kısıtlılık model üzerinde çalışma yapmayı önemli ölçüde etkilemektedir. Mahremiyet sorununa yakalanmadan yaşam deneyimlerini LECOM modeliyle incelemek ve modelde geliştirmeler gerçekleştirmek için akla gelen yollardan biri bu amaçla gerçek deneyimler yerine kurgusal deneyimler kullanmaktır. İçinde yaşam deneyimlerine yer verilen kurgusal yapıtlar olarak *anlatılar* öne çıkmaktadır.

Bu çalışmada, yaşam deneyimleri kaynağı olarak anlatıların ele alınması durumunda yaşam deneyimleri bağlam modelinin nasıl uygulanabileceği incelenmiş ve örnek anlatı olarak *Küçük Prens* öykü kitabı kullanılarak, bir anlatıdaki deneyimlerin bilgi tabanının oluşturulması ve bu bilgi tabanı yardımıyla bir anlatının nasıl modellenebileceği gösterilmiştir. Çalışmanın izleyen bölümünde problem alanına ait alanyazın incelenmiş, “Gereç ve Yöntem” bölümünde ise sistemin kavramsal tasarımı, sistemin tasarımı ve geliştirilmesi, ardından da sistemin uygulanması ve değerlendirilmesi alt bölümlerine yer verilmiştir. Uygulama esnasında gözlenen ve elde edilen veriler “Bulgular” bölümünde sunulmuş, bulguların değerlendirilmesi sonucunda elde edilen sonuçlar “Sonuç” bölümünde tartışılmıştır.

## 1. Alanyazın

Kişisel yaşam deneyimlerini keşfetmenin etkili bir yöntemi bireyin tüm deneyimlerini bir giyilebilir yaşam günlüğü cihazıyla yakalaması ve daha sonra bu günlük kayıtlarını tarayarak deneyimlerini belirlemeye çalışmasıdır. Yaşam günlüğü araştırmalarında ses, konum, görüntü, video, hız, kalp atışı vb. yakalayabilen çok çeşitli giyilebilir algılayıcı cihaz seçeneği bulunmasına rağmen araştırmalarda giyilebilir yaşam günlüğü kameralarına daha fazla yer verilmektedir. İlk giyilebilir yaşam günlüğü kamerası 2000’lerin başında Microsoft Research tarafından geliştirilen, gün boyunca her 30 saniyede bir fotoğraf çekebilen, boyuna asılabilir, “SenseCam” isimli bir cihazdır (Gurrin vd., 2014, s.29). Bu cihazın daha sonra OMG tarafından “Autographer” isimli ticari sürümü üretilmiştir. 2013 yılında piyasaya sürülen “Narrative” isimli klipsli giyilebilir kameranın yaşam günlüğü amacıyla kullanımının yaygınlaştığı görülmektedir (Gurrin vd., 2014, s.30).

Yaşam günlüğü kayıtları neyi yakalar? Kayıtları oluşturan binlerce görüntü, saatlerce video ve ses dosyası incelendiğinde gözlenen davranışlar nasıl değerlendirilecek ve sınıflandırılacaktır? Bu soruların tek bir yanıtı bulunmamaktadır. Çok sayıda araştırmacı, yaşam günlüğü kayıtlarının incelenerek anlamlı enformasyonun elde edilmesi amacıyla davranışların hiyerarşik yapısını anlamaya çalışmıştır.

Etkinlik teorisine göre bireylerin günlük davranışları işlem (operation), eylem (action) ve etkinlik (activity) olmak üzere üç katmanda ele alınabilir (Kaptelinin, 2018). Teraoka (2011, s.240) yaşam günlüğü kayıtlarının günlük kaydı (log), etkinlik (activity) ve olay (episode) hiyerarşisi şeklinde incelenebileceğini savunmuştur. Cheng vd. (2010, s.28) gözlenen davranışları atomik hareket (atomic movement), hareket (movement), eylem (action), etkinlik (activity) ve olay (event)

olarak kategorize etmektedir. Doherty ve arkadaşları (2011) SenseCam ile yakalanan yaşam günlüğü kayıtlarının olay (event) adı verilen ve yemek yeme, yürüme, bilgisayarda çalışma, araba sürme vb. günlük etkinliklerden oluştuğunu savunmaktadırlar. Aynı ekip, bir gün içindeki bu etkinliklerin ağırlıklı olarak 22 ile 27 farklı davranış altında gruplandırılabilirliğini göstermişlerdir (Doherty vd., 2011, s.1453).

Bu çalışmalara göre yaşam günlüğü kayıtlarında gözlenen olguların temelinde etkinlik/olay kavramı yatmaktadır. Yaşam günlüğü ile yakalanan günlük verilerin düzenli olarak incelenmesiyle belirlenen kişisel deneyimlerin gün içerisinde gözlenen etkinlikler/olaylar; günler, haftalar veya aylar boyunca süren epizodlar ve yıllar boyunca süren öyküler biçiminde de sınıflandırılabilirliği gösterilmiştir (Mutlu, 2014). İzleyen bölümlerde yaşam günlüğü kayıtları incelendiğinde doğrudan gözlenebilen etkinlikler ile doğrudan gözlenemeyen epizod ve öykü şeklindeki hiyerarşik olarak daha üst düzeydeki davranış kümeleri incelenmektedir.

### 1.1. Etkinlikler

Etkinlik (Activity) Kuramına göre insan etkinlikleri, eylemlerden, eylemler de işlemlerden oluşurlar. Bireysel düzeyde ele alındığında, bireyler işlemleri ve eylemleri aradan günler geçtikten sonra genellikle kolayca hatırlamazlar (Kaptelinin, 2018). Bu nedenle, bu çalışmada etkinlikler kaydedilen deneyimleri daha sonra hatırlamak amacıyla betimlenirken kullanılan en küçük davranış birimleri olarak ele alınmıştır. Bireyler belirli bir anda eş zamanlı olarak birden fazla etkinlik gerçekleştiriyor ya da olaya maruz kalıyor olabilirler. Bu etkinlikler (ve etkinliği oluşturan eylem ve işlemler) ve olayların tümü, o anda yaşanan bir ya da birden fazla deneyimi meydana getirirler. Geriye dönüp bakıldığında, çoğu günde, o güne anlam katan ve gelecekte hatırlanmak istenen etkinliklerin ya da olayların oluşturduğu deneyim sayısının bir ya da iki tane olduğu görülmektedir (Mutlu, 2014, s.26).

### 1.2. Epizodlar

Epizodik bellek, açıkça ifade edilebilen ya da canlandırılabilen otobiyografik olayların belleğidir. Epizodlar belli bir zaman ve yerde gerçekleşen geçmiş kişisel deneyimler topluluğudur. Bu olayları zamanlar, yerler, ilişkili duygular ve kim, ne zaman, nerede, neden bilgisi bağlamları çevreler (Schacter vd., 2011, s.240-241). Yaşam günlüğü bağlamında ele alındığında bir epizod birbiriyle ilişkili etkinliklerin bir kümesi olarak tanımlanacaktır. Uzun zaman geçtiğinde bireyler etkinlikleri hatırlamakta zorluk çekebilirler. Fakat epizodik olay zincirleri hatırlanmaya daha fazla yakındır. Bireyler kişisel epizodları betimleyerek yaşadıkları deneyimlerin içerdiği etkinlikleri daha uzun süreli hatırlayabilirler. Epizodlar bir gün içerisindeki birbiriyle ilişkili etkinliklerden oluşabileceği gibi, birden fazla güne dağılmış birbiriyle ilişkili etkinliklerden de meydana gelebilirler. Bu nedenle yaşam günlüğünde bir görüntü grubunu seçip, bu seçimi bir epizodla ilişkilendirmek çoğu kez anlamlı değildir. Bunun yerine, epizodu oluşturan etkinlik-olay gruplarına atıf yapılarak epizod tanımlanır.

Bireyler aradan birkaç gün geçtikten sonra günlük rutin etkinliklerine ait eylemleri unutmaya başlarlar (işlemler zaten genellikle farkına varmadan gerçekleştirilir). Aradan bir-iki hafta geçtikten sonra etkinlikler de unutulmaya başlanır. Aradan aylar geçtikten sonra genellikle epizodlara eşlik eden otobiyografik anıları hatırlamaya devam ederiz (Mutlu, 2014, s.27).

### 1.3. Öyküler

Deneyimleri yorumlama sürecindeki hiyerarşiye devam edilirse, birbiriyle ilişkili epizodların bireyin kişisel öykülerini oluşturduğu görülür. Örneğin, bireyin bir işyerinde çalışıyor olma durumu kendi başına bir öyküdür ve birey bu öyküyü oluşturan işe başlama, terfi etme, bölüm değiştirme vb. başlıca epizodları hemen hatırlayabilecektir (Mutlu, 2014, s.28).

Öyküler de epizodlarda olduğu gibi doğrudan yaşam günlüğü kayıtlarının seçilmesi ve işaretlenmesi ile belirlenemezler. Birbiriyle ilişkili epizodların bir araya gelmesiyle oluştuklarından dolayı genellikle epizodların yorumlanmasıyla oluştururlar. Bir öyküye ait epizodlar ardışık olabilecekleri gibi eşzamanlı da olabilirler. Bireyler belirli bir zaman diliminde (örneğin bir yıl içerisinde) başlıca birkaç öyküye sahiptirler. Öyküler bireyin içerisinde bulunduğu roller (temalar) dikkate alınarak "profesyonel gelişimle ilgili öyküler", "sosyal çevreye ilişkin öyküler", "kültürel öyküler" vb. başlıklar altında gruplandırılabilirler. Öyküler bireyin kendisini ifade etmek amacıyla kullanabileceği en üst düzey bilgilerdir. Bireyler uzun yıllar öncesine ait epizodları güncel epizodlar kadar etkin biçimde anımsayamazlar. Bu durumda devreye öyküler girer. Bireyler 30-40 yıl öncesine ait öyküleri tekrar hatırlayabilir ve eğer eski fotoğraf albümleri, günlükler, aile büyüklerinin anlatıları, o döneme ait yerlerin gezilmesi ve eşyaların incelenmesi biçiminde ipuçlarını değerlendirebilirlerse o öykülere ait başlıca epizodlara da tekrar erişebilirler (Mutlu, 2014, s.29).

Epizodların ve öykülerin etkinliklere/olaylara dayalı olarak zaman boyutu yardımıyla tanımlanan kurgusal kavramlar olduğu unutulmamalıdır. Bir epizod ya da öyküyü meydana getiren öğeleri belirlemeye çalışmakla bu epizod ya da öyküyü oluşturan etkinlik/olay grupları belirlenmiş olacaktır.

### 1.4. Yaşam Deneyimlerine Eşlik Eden Bağlamlar

Kişisel deneyimlere eşlik eden bağlamların sistematik olarak incelenmesi amacıyla geliştirilen LECOM yaşam deneyimleri bağlam modeliyle, bir yaşam günlüğü ile yakalanan günlük verilerinden elde edilen etkinlikler/olaylar, epizodlar ve öykülere

eşlik eden ortak bilgi yapıları elde edilmeye çalışılmaktadır. Bir deneyime eşlik eden ortak bilgi yapıları “bağlam” olarak tanımlanmıştır ve herhangi bir deneyimi tanımlamak için yedi ortak bağlam değişkeninin alacağı değerlerin yeterli olacağı ileri sürülmüştür (Mutlu, 2015a, s.177). Yaşam deneyimlerine eşlik eden bu yedi bağlam değişkeninin özellikleri Tablo 1’de verilmektedir.

**Tablo 1. LECOM Yaşam Deneyimleri Bağlam Modelindeki Bağlam Değişkenleri**

Bağlam Değişkeni	Özellikleri
<b>Kişiler</b>	Deneyimin aktörü dışında deneyimlere eşlik eden gerçek, sanal ya da kurgusal bireylerdir. Kişilerin diğer kişilerle olan ilişkileri göz önüne alınarak bir ağaç yapısı oluşturulabilir. Bu ağaç bireyin yakın çevresindeki az sayıda kişiden başlayıp uzak ya da geçmişteki deneyimlerine ait sınırsız sayıda kişiye kadar dallanabilir.
<b>Yerler</b>	Deneyimlerin içinde yer aldığı mekânlardır. Deneyim esnasında yer ya da yerlerin içinde bulunulur. Yerler, bireyin uzun süreler yaşadığı yerlerden başlayıp, kısa süreli ziyaret ettiği yerlere ve kuruluşlara kadar dallanabilir.
<b>Olaylar</b>	Deneyimlere eşlik eden tüm yaşam olayları, ikinci el olaylar ve üçüncü el olaylar bu türe girer. Olaylar bireyin maruz kaldığı “oluş”lardır. Olaylar genellikle bireyin başına gelir, birey bu olaylara şahit olur, yaşar ya da başkalarından duyar.
<b>Davranışlar</b>	Deneyimlere eşlik eden fiziksel ya da sanal eylemler ve etkinliklerdir. Bu çalışmada davranış kelimesi bir etkiye karşı gelen tepki olarak değil, birey tarafından deneyimin herhangi bir anında gerçekleştirilen bir hareket olarak ele alınacaktır. Böylece işlem, eylem, edim, etkinlik, uygulama, hareket, alışkanlık, adet vb. insan davranışlarının bütününe yer verilebilecektir. Normalde bireyin verilen bir andaki etkinliği deneyimi ifade etmek amacıyla kullanılmaktadır, fakat davranışlara ait bir ağaç oluşturulduğunda tek tek etkinliklerin yanı sıra, etkinliklerin oluşturduğu örüntüler de ele alınabilmektedir. Davranış örüntüleri zamansal olarak gruplandırılabilir: yıllık, mevsimlik, aylık, haftalık, hafta içi, hafta sonu, günlük davranışlar gibi.
<b>Varlıklar</b>	Deneyimlerde yer alan (insan dışı) varlık kümesi. Bireyin deneyim esnasında etkileşimde bulunduğu varlıklar bu bağlam türünü oluştururlar. Varlıklar fiziksel varlıklar olabileceği gibi sanal varlıklar da olabilirler. Ev hayvanları vb. canlı varlıklar da bu kategoridedir.
<b>Duygular</b>	Deneyim esnasında bireyin iç dünyasını oluşturan hisler, duygudurumlarını ve duygulanımları (afekt) kapsar. Duygular bir deneyimi daha sonra hatırlamak için çok önemli bir bağlam kümesidir. Etkinlik/olaylar yorumlanırken anlık duygulardan daha çok duygudurumların not edilmesine daha fazla önem verilmelidir.
<b>Özellikler</b>	Deneyimler tarafından değerleri değiştirilen niteliklerdir. Bu nitelikler arasında bünye özellikleri, sosyal özellikler, kariyer özellikleri, eğitim özellikleri, aile özellikleri, kültürel özellikler ve diğer rollere ait sahip olunan özellikler bulunmaktadır.

**Kaynak:** (Mutlu, 2015a, s.177)

Yaşam günlüğü ile yakalanan bir deneyime ait yorumdan bu bağlamların ayrı ayrı elde edilmesi mümkündür. Tersine olarak bu bağlamlara ait tümceler kullanılarak deneyim yorumunun yeniden oluşturulması sağlanabilmektedir.

### 1.5. Anlatılar

Kişisel yaşam deneyimlerinde tek aktör deneyimi yaşayan bireyin kendisidir ve deneyimin öyküsü bireyin kendi ağzından anlatılır. Anlatılar ise roman, öykü, masal, film, tiyatro oyunu vb. çok çeşitli biçimlerde olabilirler ve daha karmaşık öykü yapıları barındırabilirler. Anlatılarda birden fazla aktör bulunabilir ve anlatımı aktörlerden bir ya da bir kaç yapabileceği gibi, öyküde yer almayan dış anlatıcı ya da anlatıcılar tarafından da gerçekleştirilebilir (Genette, 2011, s.171-172).

Ünlü edebiyat teorisyeni Gérard Genette, yazıldığı zamandan günümüze hâlâ geçerliliğini koruyan “Anlatının Söylemi” isimli eserinde anlatılarla ilgili temel yapıları tanımlamış ve kavramsallaştırmıştır. Genette’nin anlatılara ilişkin kavramları Genette (2011), Dervişcemaloğlu (2007) ve Guillemette & Lévesque (2016)’den yararlanılarak aşağıda özetlenmiştir:

Anlatıdaki olaylar ve etkinlikler, bir anlatıcı tarafından okuyucuya anlatılabileceği gibi bir anlatıcı bulunmadan, sadece olaylar ve etkinliklerin oluşumunu gösterecek biçimde sahnelenerek, okuyucunun kendisinin çıkarımında bulunması sağlanabilir. Genette’e göre bir anlatıda her durumda bir anlatıcı vardır. Ancak, anlatıcının anlatıdaki görünürlüğünün derecesi anlatı boyunca sıfırla bir arasında değişkenlik gösterebilir. Genette, ister olay anlatısı isterse söz anlatısı olsun

anlatıcıyla anlatı arasındaki mesafenin dört farklı biçimde olabileceğini ileri sürer. Birincisi, anlatılan konuşma mesafesidir. Karakterin sözleri ve eylemleri tıpkı bir olay gibi anlatılır. İkincisinde sözler ve olaylar dolaylı biçimde anlatılır. Üçüncüsü serbest dolaylı anlatım, dördüncüsü ise dolaysız anlatımdır. Diğer taraftan, anlatıcının herhangi bir andaki işlevi anlatma, yönlendirme, iletişim kurma, öyküyü doğrulama ve fikirleri aktarma gibi farklı olabilir. Genette, anlatıcının anlatının içine ne ölçüde girdiğini ifade etmek için odaklanma kavramını kullanır. Sıfır odaklanmada anlatıcı anlatıya çok yukarıdan bakar ve “her şeyi bilen anlatıcı” durumundadır. İçsel odaklanma durumunda anlatıcı anlatıdaki karakterler kadar bilgi sahibidir. Dışsal odaklanma durumunda ise anlatıcı karakterlerden daha az şey bilir. Genette’e göre anlatıcının kendisi öyküde ana kahraman ya da bir gözlemci olarak yer alabilir ya da öyküde yer almayabilir. Anlatıcı öyküyü sonradan anlatabileceği gibi, önceden ya da eşzamanlı olarak da anlatabilir. Bazı durumlarda önceden anlatma ve eşzamanlı anlatmayı birleştirerek karma anlatma yapabilir. Bu durumda geçmişte neler olduğunu anlatırken anlattığı andaki izlenimlerini de araya ekleyebilir. Anlatıcı ana öyküyü anlatırken birinci alt düzeydeki olay – öyküleri ve ikinci alt düzeydeki öyküleri de ana öyküye iliştirebilir. Anlatıcı kendisini bu farklı düzeylerdeki öyküler arasında gezdirebilir. Genette’e göre anlatıcı olayları meydana geldikleri sırayla ya da bu sıraya uymadan anlatabilir. Aynı zamanda bu anlatımını olaylardan önce ya da sonra da gerçekleştirebilir. Şimdiki andan uzak geçmişe ya da uzak geleceğe uzanabilir. Genette’e göre anlatıcı dört farklı anlatı hızına sahiptir. Birincisi, anlatıcı olayları anlatmayı durdurarak durağan betimlemeler yapabilir. İkinci anlatı hızı, anlatı zamanı ile öykü zamanının aynı olmasıdır. Üçüncü tür de anlatıdaki olayın özetlenmesidir. Böylece hız artar. Dördüncüsünde ise bazı olaylar atlanır. Anlatıcı bu dört farklı hızı karma biçimde de kullanabilir. Genette’nin ortaya attığı bir başka kavram ise bir olayın öyküde kaç kez meydana geldiği ile anlatıda kaç kez zikredildiği arasındaki sıklık ilişkisidir. Buna göre anlatıcı tekil anlatım yapabileceği gibi, tekrarlanan anlatı ya da tekrarlanan anlatı durumları da ortaya çıkabilir.

## 2. Yöntem

Bu çalışmada alanyazında ele alınmış olan yaşam deneyimleri ve deneyimlere eşlik eden bağlamlara ilişkin yaşam deneyimleri bağlam modelinin sadece yaşam deneyimlerine değil, anlatılara da uygulanabileceği önermesi test edilecektir. Bu amaçla, tasarım tabanlı araştırma yöntemi uygulanacaktır. Tasarım tabanlı araştırma Wang ve Hannafin (2005) tarafından “analiz, tasarım, geliştirme ve uygulama süreçlerinin, araştırmacılar ve katılımcılar ile işbirliği içinde ve gerçek uygulama ortamında ardışık ve sürekli olarak uygulandığı, bağlama duyarlı tasarım ilkelerinin ve kuramlarının geliştirilmesine yönelik, eğitim uygulamalarını iyileştirme amacıyla yapılan sistematik ve esnek bir araştırma yöntemi” şeklinde tanımlanmıştır. İzleyen bölümlerde deneyim tabanlı ve anlatı deneyim tabanlı kavramlarını içeren kavramsal tasarım gerçekleştirilmiştir. Ardından, elde edilen kavramsal tasarımdan yararlanarak, bir anlatıdaki deneyimleri ve bağlamları elde etmeyi, deneyimleri ve bağlamları uygun veri yapıları içerisinde barındırmayı, bu veri yapılarını birbiriyle ilişkilendirmeyi ve oluşan bağlam-deneyim ağını görselleştirmeyi sağlayan bir süreç tasarlanmıştır. Tasarlanan bu süreç *Küçük Prens* öyküsü üzerinde uygulanarak denenmiştir.

### 2.1. Sistemin Kavramsal Tasarımı

Kişisel bilgi yönetiminin gereklerine uygun olarak tasarlanmış bilgi tabanlarına kişisel bilgi tabanları adı verilmektedir. Davies’in tanımına göre kişisel bilgi tabanı bireyin kişisel bilgisinin yakalanması, iletilmesi ve daha sonra yeniden erişilmesine olanak sağlayan bir elektronik araçtır (Davies, 2011, s.81). Kişisel bilgi tabanları sözcükler, ifadeler, kavramlar, serbest metinsel notlar, enformasyon kaynaklarına bağlantılar ve hiyerarşik yapıdaki verileri ağırlıklı olarak ağaç, çizge ya da ağaç+çizge türündeki veri yapılarında barındırabilirler. Kişisel bilgi tabanları kişisel bilgiyi bünyelerinde konumsal (bilginin bir mekân benzetimi üzerinde düzenlenmesi), zamansal (bilginin günlük ya da akışlar halinde düzenlenmesi) ya da kategoriler halinde de barındırabilirler.

### 2.2. Deneyim Tabanları

Deneyim tabanları bilgisayar bilimleri alanında uzunca süredir incelenmekte olan bir kavramdır. Basili ve arkadaşlarına (2011) göre bir organizasyonda deneyimlerin yönetimi için kullanılan “deneyim yönetim sistemleri” içerik, yapı, süreçler ve araçlardan oluşur. İçerik; veri, enformasyon, bilgi ya da deneyim olabilir. Yapı ise içeriğin düzenlenme biçimidir. İçerik ve yapı birlikte bir “deneyim tabanı” meydana getirirler. Süreçler; bir deneyim tabanındaki deneyimlerin kullanımı, paketlenmesi, silinmesi, birleştirilmesi ve güncellenmesi gibi faaliyetlerin nasıl yönetileceğine dair yönergelerdir. Araçlar ise içeriği ve yapıyı yönetmeyi destekler ve deneyimleri yakalama, saklama, birleştirme, çözümlenme, sentezleme ve geri getirmeye yardım eden süreçleri yerine getirirler (Basili vd., 2001:103)

Bu çalışmada deneyim tabanı; “Deneyim tabanı, yaşam günlüğü sistemi ile yakalanan yaşam deneyimleri ile bu deneyimlere eşlik eden bağlamların ontolojisinden elde edilen bir bağlam-deneyim anlamsal ağına dayalı kişisel bilgi tabanıdır. Deneyim tabanları kişisel deneyimlerden elde edilirler ve kişinin kendisi deneyimlerin tek aktörüdür. “ biçiminde tanımlanarak kullanılacaktır.

### 2.3. Bağlam – Deneyim Anlamsal Ağları

Bir deneyim kümesinde belirlenen deneyim hiyerarşisi ile deneyimlerden elde edilen bağlamların hiyerarşisi deneyim ağacı ve bağlam ağacı olmak üzere iki farklı ağaç yapısını ortaya çıkarır. Deneyimlere ve bağlamlara ait bu iki ontoloji, her bağlam ögesinin ilgili deneyim ögesiyle ilişkilendirilmesi sonucunda, bir ağ meydana getireceklerdir. Bağlam-deneyim anlamsal ağı adı verilen bu yapı ile bir deneyime ait tüm bağlam değerlerine erişilebileceği gibi, aynı ağ üzerinden herhangi bir bağlam değerini içeren deneyimlere de erişilebilmektedir. Bu ağın yapısının kavramsal tasarımına (Mutlu 2015a, s.178-184)'da ayrıntılı olarak yer verilmektedir.

### 2.4. Anlatı Deneyim Tabanları

Yaşam deneyimleri bireyin üstlendiği çeşitli rollerle ilişkili paralel veya sıralı öyküler; öykülerle ilişkili paralel veya sıralı epizodlar; epizodlarla ilişkili paralel veya sıralı etkinlik/olaylardan meydana gelir. Kişisel bir anlatı oluşturmak amacıyla bu üç düzeydeki bilgi türünden parçalar seçilir ve kurgulanan bir zaman çizgisi boyunca dizilir. Anlatıyı çözümleme süreci gerçekte anlatıyı oluşturan bu iç içe geçmiş olay/epizod/öykü parçalarını belirleme ve aktörün zaman çizgisine yerleştirme sürecidir. Anlatılarda kişisel deneyimlerde olduğu gibi kahramanların gerçekleştirdiği etkinlikler ve maruz kaldıkları olaylar bulunur. Ama doğası gereği bir anlatı birden fazla aktörün birden fazla öyküsünün iç içe geçtiği olay örgüsünü içerebilir. Bu olay örgüsü kişisel deneyimlerde olduğu gibi sadece zamanda ileriye doğru gelişmez. Anlatılarda zamanda geriye dönüşler ve ileriye atlamalar sıkça bulunur (Genette, 2011).

Anlatılara ait deneyim tabanları anlatıdaki her aktöre ait deneyimlerin anlatı içerisindeki ardışık dizilimini hiyerarşik biçimde barındırmalıdır. Bu hiyerarşideki her deneyim ögesinin (etkinlik/olay, epizod, öykü) kendi zaman çizgisi bulunur. Bu yapı anlatının, yatayda zaman çizgisini, düşeyde ise olay akışını içeren tablosunu meydana getirir. Böylece hem anlatıya sadık kalınarak deneyimler izlenebilir, hem de deneyimlerdeki zamansal atlamalara ait akış topluca görüntülenebilir. Bu amaçla bir anlatıdaki aktörlerin her biri için deneyim hiyerarşisi önce öyküler, ardından bu öykülerdeki epizodlar ve son olarak da epizodlardaki etkinlikler ve olayların belirlenmesiyle elde edilir. Öyküler belirlenirken yıllar ve on yıllarca süren deneyimler; epizodlar belirlenirken günler, haftalar veya aylarca süren deneyimler; etkinlik/olaylar belirlenirken saniyeler, dakikalar veya saatlerce süren deneyimler dikkate alınır. Bazı öykülerin epizodlarına ya da bazı epizodların etkinlik/olaylarına anlatıda açıkça yer verilmemiş olabilir. Bu türden gölge epizod ve etkinlik/olaylar için zaman çizgisinde küçüktür - büyüktür karakterleri (“<>”) ile isimsiz yer tutucular kullanılabilir.

Deneyim hiyerarşisindeki öyküler, epizodlar ve etkinlik/olaylar zamanın bir işlevi olarak ortaya çıkarlar. Dolayısıyla her deneyim ögesinin anlatıdaki zaman boyutu belirlenmelidir. Zaman boyutunu belirleme işlemi deneyimin hangi zaman diliminde gerçekleştiğini bulma işlemidir ve anlatının bu amaçla yeniden okunmasını gerektirir. Belirlenen zaman dilimlerinin bir bölümü anlatının zaman çizgisine başı ve sonu belirli biçimde yerleştirilebilirken, bazı zaman boyutları “bir gün...”, “bir sabah...” gibi belirsizdir. Bu tür deneyimler olay akışından yararlanılarak zaman çizgisine tahmini biçimde yerleştirilirler. Deneyimlerin bazıları bir zaman dilimi içinde başlayıp bitebilirken bazı deneyimlerin etkileri anlatıdaki zamansal atlamalar nedeniyle uzaklara taşınabilir. Örneğin bir aktörün çocukluğunda başından geçen bir deneyim aktörü hayatı boyunca etkilemeye devam edebilir. Bu etkiler deneyimin zaman çizgisinde izlenebilir olmalıdır.

### 2.5. Anlatı Bağlamları

Bir anlatıdaki deneyimlerin tümüne ait hiyerarşi ve zamansal konum belirlendikten sonra sıra her deneyime eşlik eden bağlamların belirlenmesine gelir. Bağlamlar elde edilirken deneyimin yeniden canlandırılması esnasında gerekli olan bütün verilerin tanımlanması gerekir. Deneyimin zamanla ilişkisi deneyimin künyesinde izlenir; bağlam ögesinin ise deneyimle ilişkilendirilerek zamanla ilişkisi kurulmuş olur. Bu amaçla anlatıyı oluşturan deneyimlerin en küçük ögesi (etkinlik/olay) ele alınır. Ardından, deneyimin nerede gerçekleştiği (yerler), deneyime eşlik eden kişilerin kimler olduğu (kişiler), deneyim esnasında neler olduğu (olaylar) belirlenir. Ardından, aktörün yaptıkları (davranışlar), nelerle etkileşimde bulunduğu (varlıklar) ve diyalogları-monologları (içerikler) belirlenir. Son olarak deneyimin aktörde neleri değiştirdiği (özellikler) ile deneyim anında neler hissettiği (duygular) sorgulanarak belirlenir.

İçerikler, anlatıda bulunmasına rağmen temel bağlamlara yerleştirilemeyen enformasyon öğeleridir. Örneğin, bir etkinlik/olay esnasında aktörün bir başka aktörle konuşuyor olması bir davranıştır fakat konuşmanın metni bir içeriktir. Deneyime ait bağlamlar belirlenirken deneyime eşlik eden içerikleri ayrıca belirlemek önemlidir. Çünkü bağlam elde etme sürecinde genellikle içeriğe ait kişiler, olaylar, yerler, davranışlar, varlıklar-içerikler, özellikler ve duygular bireyin deneyimine ait birer bağlam olarak ele alınmazlar. Neyin içerik olarak algılanacağı, anlatının başlangıçta öngörülen model derinliği dikkate alınarak belirlenmelidir. Kişisel deneyim bağlamlarında, örneğin bir kitap okuma deneyiminde, kitabın içeriğindeki bağlamlar birer deneyim bağlamı olarak ele alınmazlar. Kitabın kendisi içerik olarak ya varlıklar bağlamına eklenir ya da içerik çözümlemesi yapılacaksa deneyim-bağlam ontolojisinden ayrıca oluşturulan alan, konu ve kavram ontolojilerine ayrıştırılabilir.

Bir deneyime eşlik eden içeriklerin düzenlenmesi Mutlu tarafından sistematik olarak incelenmiştir (Mutlu, 2015b). Deneyime eşlik eden içerikler görüntü, video, ses, metin biçiminde olabilir. Deneyimdeki resim, fotoğraf, çizim, ekran görüntüsü vb. görüntü içeriğinin dijital kopyası deneyim yorumuna dosya olarak ilişitirilebilir. Deneyimdeki herhangi bir kaynaktan kaydedilmiş ya da deneyim esnasında yakalanmış hareketli görüntü ya da ekran videosu şeklindeki video içeriğine ait dijital kopya deneyime ilişitirilebilir. Deneyime ait herhangi bir kaynaktan kaydedilmiş ya da o anda yakalanmış ses dosyası - konuşma, müzik, çevre sesi vb. ses içeriği deneyime bir dijital dosya olarak ilişitirilebilir. Benzer şekilde, deneyime ait kitap, dergi, yazışma, web içeriği, herhangi bir ortamdaki notlar - diyaloglar, düşünceler, görüşler, saptamalar vb. metinsel içeriğe ait dosyalar biçiminde deneyime ilişitirilebilir.

Yukarıda değinilen içeriklerin elde edilmesi için kişisel deneyimlerdeki içeriklerin yaşam günlüğü sistemiyle pasif ya da aktif biçimde kayda alınmış olmaları gerekmektedir. Bu içerikler bir anlatıda (metin, görüntü, film vb.) zaten kayıt altındadır. Yazılı anlatılarda içerik kaynakları ağırlıklı olarak konuşmalar, anlatıcının yaptığı açıklamalar, betimlemeler ve saptamalar biçiminde ortaya çıkar. Bir anlatı deneyim tabanında varsayılan olarak bu içerikler "varlıklar" bağlamında tutulurlar. Eğer içerik çözümlemesi yapılacaksa içerikler için ayrıca (bu çalışmada yer verilmemiş olan) alan – konu – kavram ontolojileri oluşturulmalıdır (Mutlu, 2015b, s.110)

## 2.6. Süreci Tasarlama ve Geliştirme

Verilen bir anlatıya ait bir deneyim tabanı oluşturmak amacıyla önceki bölümdeki çözümlemeden yararlanılarak Tablo 2'deki alt aşamaları verilen beş temel aşamadan oluşan bir süreç tasarlanmıştır. Teknik olarak sürecin tümü kâğıt ve kalem kullanılarak uygulanabilir bir yapıda olmasına rağmen anlatının türü, niteliği ve uygulayıcının teknik olanakları bu süreçte kullanılacak teknoloji üzerinde belirleyici olacaktır.

**Tablo 2. Anlatı Deneyim Tabanı Oluşturma Süreci**

Aşamalar	Alt aşamalar
<b>Aşama 1:</b> Anlatıdaki deneyimlerin belirlenmesi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anlatıdaki aktörlerin belirlenmesi</li> <li>Her aktöre ait öykülerin belirlenmesi</li> <li>Her öyküye ait epizodların belirlenmesi</li> <li>Her epizoda ait etkinlik/olayların belirlenmesi</li> <li>Deneyim kapsamalarını oluşturma (Anlatının etkinlik/olay öğelerine parçalanması)</li> <li>Her deneyimin zaman boyutunun belirlenmesi</li> </ul>
<b>Aşama 2:</b> Deneyimlerdeki anlatı bağlamlarının belirlenmesi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Her deneyimde bağlam değişkenlerine ait bağlam değerlerini tanımlama</li> <li>Her bağlam değerine ait bağlam kapsamalarını oluşturma (Anlatının bağlam değerlerine parçalanması)</li> </ul>
<b>Aşama 3.</b> Her aktör için deneyimlerin zaman çizgisi - olay akışı tablosunun oluşturulması	<ul style="list-style-type: none"> <li>Öykü uzunluğunun belirlenmesi ve bu uzunlukta bir zaman çizgisinin oluşturulması</li> <li>Öyküler için zaman çizgisi – öykü akışı tablosunun oluşturulması</li> <li>Epizodlar için zaman çizgisi – epizod akışı tablosunun oluşturulması</li> <li>Etkinlik/olaylar için zaman çizgisi – olay akışı tablosunun oluşturulması</li> <li>Deneyimlerin her düzeyde ayrı ayrı tekil olarak kodlanması</li> </ul>
<b>Aşama 4.</b> Her aktör için bağlam ontolojisinin oluşturulması	<ul style="list-style-type: none"> <li>Her aktöre ait her bağlam değişkeni için bağlam hiyerarşisinin oluşturulması – bağlamların kodlanması</li> <li>Bağlam – deneyim ilişkilerine ait verilerin derlenmesi ve bağlam ontolojisine eklenmesi</li> </ul>
<b>Aşama 5.</b> Aktör – deneyim - bağlam yönlü çizgesinin oluşturulması	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aktörler - Öyküler – Epizodlar – Olaylara ait düğümlerin oluşturulması</li> <li>Aktörler - Öyküler – Epizodlar – Olaylar ağacının oluşturulması</li> <li>Aktörler - Bağlamlara ait düğümlerin oluşturulması</li> <li>Aktör - Bağlam ağacının oluşturulması</li> <li>Her aktör için bağlamlarla olayların birbirine bağlanması</li> <li>Aktör-deneyim-bağlam yönlü çizgilerinin oluşturulması</li> </ul>

## 3. Sistemi Uygulama ve Değerlendirme

Bu çalışmada geliştirilen anlatı deneyim tabanları elde etme sürecinin uygulanabilirliğini denemek amacıyla *Küçük Prens* anlatısı kullanılmıştır. *Küçük Prens* öyküsü Fransız havacı ve yazar olan Antoine de Saint-Exupéry tarafından 2. Dünya Savaşı sürerken yazılmıştır. Tüm zamanların en fazla basılan öyküsü olduğu öne sürülen *Küçük Prens* anlatısında çocuk olma ile yetişkin olma arasındaki fark ele alınmakta ve bir çocukla yetişkinin dostluğu sahnelenmektedir (Saint-Exupéry, 2015).

Türkiye'de *Küçük Prens* öyküsünün Cemal Süreya ve Tomris Uyar tarafından yapılmış olan çevirisine ait yayın hakları uzun yıllar Can Yayınlarının elinde bulunmuştur. Yazarın ölümünden 70 yıl sonra yayın haklarının serbest kalması nedeniyle 2015 yılında Türkiye'de otuzdan fazla yayınevi tarafından farklı çevirileri yayınlanmıştır.

Bir anlatının yapısal incelemesinin anlatının yazıldığı anadilde yapılması gerektiği açıktır. Bu çalışmada öykünün içerik çözümlemesinden daha çok deneyim ve bağlam yapısı ele alınacağı için Türkçe çevirisi üzerinde çalışılmasının çalışmayı engellemeyeceği varsayılmıştır. Çünkü anlatının modelinde yer alacak olan deneyim ve bağlam tanımlamaları yazarın ifadelerinden daha çok uygulayıcının ifadelerinden oluşacaktır. Yine de bu çalışma için uygun çeviriyi belirleme esnasında Erhan Kayaalp'in *Küçük Prens* çevirilerine yönelik eleştirileri dikkate alınmıştır. Kayaalp'e (Akt. Akınhay, 2015) göre Fransızca orijinal metni sade ve anlaşılır olan *Küçük Prens* öyküsü Türkçe'ye çevrilirken sözcük oyunları, ağdalı ifadeler ve orijinalinde olmayan ifadelerin eklenmesiyle oldukça sorunlu hale getirilmektedir. Bu nedenle anlatıdaki deneyimleri ve bağlamları belirlerken daha az sorunla karşılaşılacağı varsayılarak Kayaalp'in çevirisinden yararlanılmıştır.

Deneyim tabanı elde etme sürecinin *Küçük Prens* anlatısına uygulanması esnasında anlatının metninin yanı sıra üç yardımcı araçtan yararlanılmıştır. Bu araçlar bir sözcük işlemci yazılımı, bir işlem tablosu yazılımı ve açık kaynak kodlu bir yönlü çizge oluşturma yazılımından oluşmaktadır.

### 3.1. Aşama 1

Yöntemin ilk iki aşamasında anlatının dijital bir kopyası ve bir sözcük işlemci kullanılmıştır. Sözcük işlemcide yatay sayfa yapısında altı sütunlu bir tablo oluşturulmuştur. Tablonun beşinci sütununa anlatının tüm metni yerleştirilmiştir. Ardından anlatı okunurken bir taraftan deneyimi okuyucuya aktaran anlatıcı ile deneyimin kahramanı olan karakter belirlenmiş ve isimleri anlatının akışına paralel olarak tablonun birinci sütununa eklenmiştir. Anlatıcı ya da aktörün anlatıda her değiştiği yerde tablo bir satırda bölünerek anlatıya yeni satırda yeni anlatıcı ya da aktörle devam edilmiştir.

Ele alınan öyküde biri yazarın kendisi, diğeri ise küçük prens olmak üzere iki aktör bulunmaktadır. Yazar, biri küçük prensle birlikte ortak olan, tümü de dünyamızda geçen üç öykü yaşamakta; Küçük prens ise yazarla ortak olan dünyadaki öyküsü dışında kendi gezegeni ve uzayda geçen kendisine ait bağımsız bir öykü yaşamaktadır. Öykülerin tümünde de anlatıcı yazarın kendisidir.



İlk sütun tamamlandıktan sonra anlatı baştan itibaren yeniden okunarak her aktörün öyküleri belirlenmiş ve tablonun ikinci sütununa öykünün adı eklenmiştir. Her öykü değişiminde anlatı tabloya bir satır eklenerek bölünmüştür. Belirlenen öykülerin olay akışı Tablo 3'de listelenmiştir:

**Tablo 3. Küçük Prens Öyküsündeki Öykü Akışı**

Deneyimi Anlatan	Deneyimin Aktörü	Öyküler
	Antoine de Saint-Exupéry	1. Yazarın yetişkinlerle iletişim kurmayı öğrenememe öyküsü
	Antoine de Saint-Exupéry	2. Yazarın gerçek sohbet yapabileceği kimse olmadan tek başına yaşama öyküsü
	Antoine de Saint-Exupéry	3. Yazarın küçük prensle yaşadıklarının öyküsü
	Küçük Prens	4. Küçük prensin öyküsü
Antoine de Saint-Exupéry	Antoine de Saint-Exupéry	5. Yazarın küçük prensle yaşadıklarının öyküsü (Devam)
	Küçük Prens	6. Küçük prensin öyküsü (Devam)
	Antoine de Saint-Exupéry	7. Yazarın küçük prensle yaşadıklarının öyküsü (Devam)
	Küçük Prens	8. Küçük prensin öyküsü (Devam)
	Antoine de Saint-Exupéry	9. Yazarın küçük prensle yaşadıklarının öyküsü (Devam)

Görüldüğü gibi anlatıdaki dört farklı öykü zamansal atlamalarla dokuz parçadan oluşan bir akış meydana getirmiştir. İkinci sütun tamamlandıktan sonra anlatı yeniden okunarak öykü içindeki epizodlar belirlenmiş ve üçüncü sütuna epizoda verilen isim eklenmiştir. Her epizod değiştiğinde anlatı bir satırda bölünmüştür. Üçüncü sütun tamamlandığında anlatı yeniden okunarak epizod içindeki etkinlik/olaylar belirlenmiş ve tablonun dördüncü sütununa etkinlik/olay adı eklenmiştir. Her etkinlik/olay değiştiğinde anlatı bir satırda bölünmüştür. Böylece, anlatı etkinlikler/olaylar düzeyine kadar parçalara ayrılmış olmaktadır. Bu aşamadan sonra öyküler, epizodlar ve etkinliklerin zaman dilimleri belirlenmiş ve isimlerinin altına eklenmiştir (Şekil 1). Böylece deneyimlerin künyesi elde edilmiştir.



DENEYİMİ ANLATAN - DENEYİMİN AKTÖRÜ /AKTÖRLERİ	ÖYKÜ	EPIZOD	OLAY / ETKİNLİK	ANLATI	BAĞLAM(LAR)
Antoine de Saint-Exupéry - Antoine de Saint-Exupéry	Yetişkinlerle iletişim kurmayı öğrenememe öyküsü  (Çocuklukta başlayan ve yetişkin oluncaya kadar devam eden bir zaman diliminde yaşandı)	Yetişkinlerle çocuklukta iletişim kuramama epizodu  (Altı yaşında yaşandı)	"Yaşanmış Hikâyeler" isimli kitabı okuma etkinliği  (Altı yaşındayken bir gün)  EA01	1.Bölüm:    Altı yaşındayken bir keresinde, balta girmemiş ormanlardan söz eden <i>Yaşanmış Hikâyeler</i> adlı bir kitapta harika bir resim görmüştüm.  Resim, bir hayvanı yutan boa yılanını temsil ediyordu. İşte üstte, resmin bir kopyası.  Şöyle diyordu kitapta: "Boa yılanları, kurbanlarını bir bütün halinde, çiğnemediği yutarlar ve altı aylık sindirimleri boyunca uyurlar."	(Y) [] (K) [] (O) Kitapta bir resim görmem [Kitapta çok güzel bir resim görme olayı] (D) Kitap okumak [Kitap okuma – inceleme – resimlerine bakma davranışı] (V) "Yaşanmış Hikâyeler" kitabı [Balta girmemiş ormanlardan söz eden <i>Yaşanmış Hikâyeler</i> adlı bir kitap] (V) Kitaptaki boa yılanı resmi ["Yaşanmış Hikâyeler" kitabındaki avını yutmak üzere olan bir boa yılanı resmi] (V) Kitaptaki resim yazısı ["Yaşanmış Hikâyeler" kitabındaki yazı ["Boa yılanları, kurbanlarını bir bütün halinde, çiğnemediği yutarlar ve altı aylık sindirimleri boyunca uyurlar." ]] (Ö) [] (Du) []
Antoine de Saint-Exupéry - Antoine de Saint-Exupéry	Yetişkinlerle iletişim kurmayı öğrenememe öyküsü	Yetişkinlerle çocuklukta iletişim kuramama epizodu  (Altı yaşında yaşandı)	1 Nolu resmi yapma etkinliği  (Altı yaşındayken aynı gün)	Bunun üzerine balta girmemiş ormanlardaki serüvenler üzerine çok düşündüm ve kendi çapımda, renkli bir kalemle ilk resmimi çizmeyi başardım.  Bir numaralı resmim şöyleydi:  	(Y) [] (K) Büyüklük (Yetişkinler...) (O) Büyüklüklerin 1 No'lu resmimi anlamamaları (Ö) Uzun uzun düşünmem [Okunan bir metin üzerinde uzun uzun düşünme özelliği]

Şekil 1. Anlatının Deneyim ve Bağlamlarını Belirleme

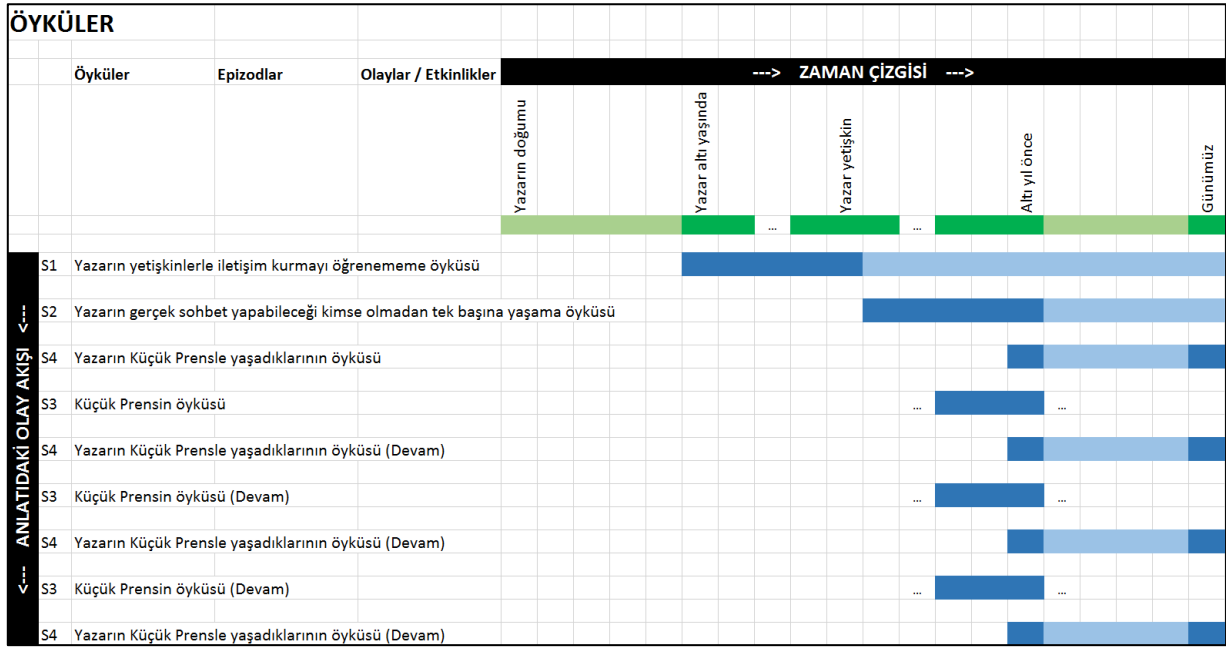
### 3.2. Aşama 2

İkinci aşamada her deneyime eşlik eden bağlamlar belirlenmeye çalışılmıştır. Tablonun altıncı sütununda her deneyimde her bağlam değişkeni parantezler içindeki baş harfiyle başlatılarak (örneğin, "yerler" bağlamı için (Y), "kişiler" bağlamı için (K) gibi), yanlarına deneyimde geçen bağlam öğeleri ve köşeli parantezleri içine ("[]") bağlam değerleri atanmıştır.

Anlatıda karşılaşılan içerikler bağlam değerlerinin yanına süslü parantezler ("{}") içerisinde eklenmiştir.

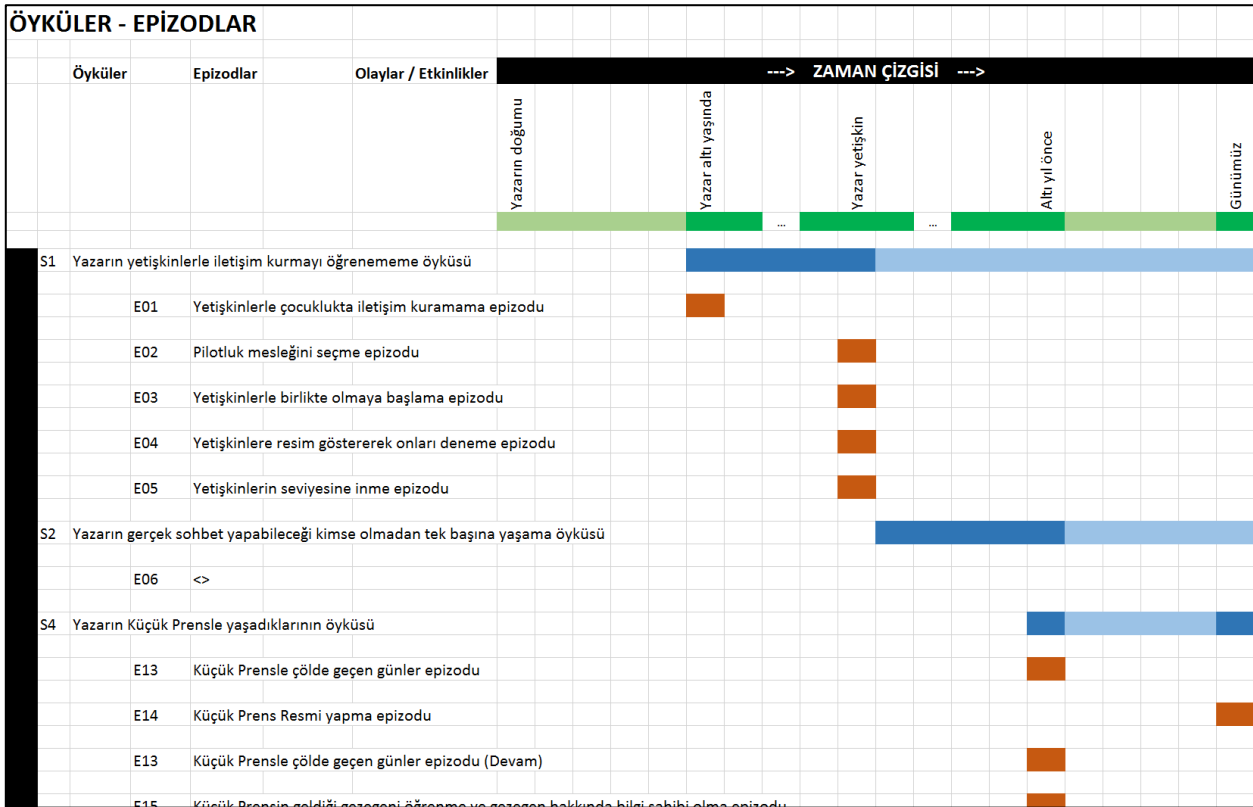
### 3.3. Aşama 3

Deneyimlere ait zaman çizgisinin ve olay akışının oluşturulması amacıyla bir işlem tablosu programından yararlanılmıştır. *Küçük Prens* öyküsü yazarın altı yaşındaki öyküsüyle başlamakta ve günümüze kadar devam etmektedir. Öyküler için tabloda her yıl için bir hücre kullanılmıştır. Yazarın doğumundan altı yaşına kadar geçen süre olay içermeyen bir zaman dilimi olarak tabloya isteğe bağlı olarak yerleştirilmiştir. İlk aşamada iki aktöre ait dört farklı öykü anlatının toplam uzunluğu içerisinde kendilerine karşı gelen zaman çizgilerine olay örgüsündeki tekrarlarıyla birlikte yerleştirilmiştir. Zaman çizgisine yazarın doğumu, yazarın altı yaşındaki anı, yazarın yetişkinliğe geçtiği an, altı yıl önceki öykünün yaşandığı an ve günümüzden oluşan beş farklı kilometre taşı yerleştirilmiştir. Bu kilometre taşları öykülerin sahip olduğu zamansal çözünürlüğün yansıtılması için yeterli olmuştur (Şekil 2). Tabloda deneyimlerin yaşandığı anlar koyu renkle, deneyimlerin uzun süreli etkileri ise açık renkle işaretlenmiştir. Geçen sürelerin açıkça bilinmediği aralıklar ile aktörün önceki ve sonraki öyküsüne ait zamansal konumun bilinmediği hücreler üç nokta ("...") ile işaretlenmiştir.



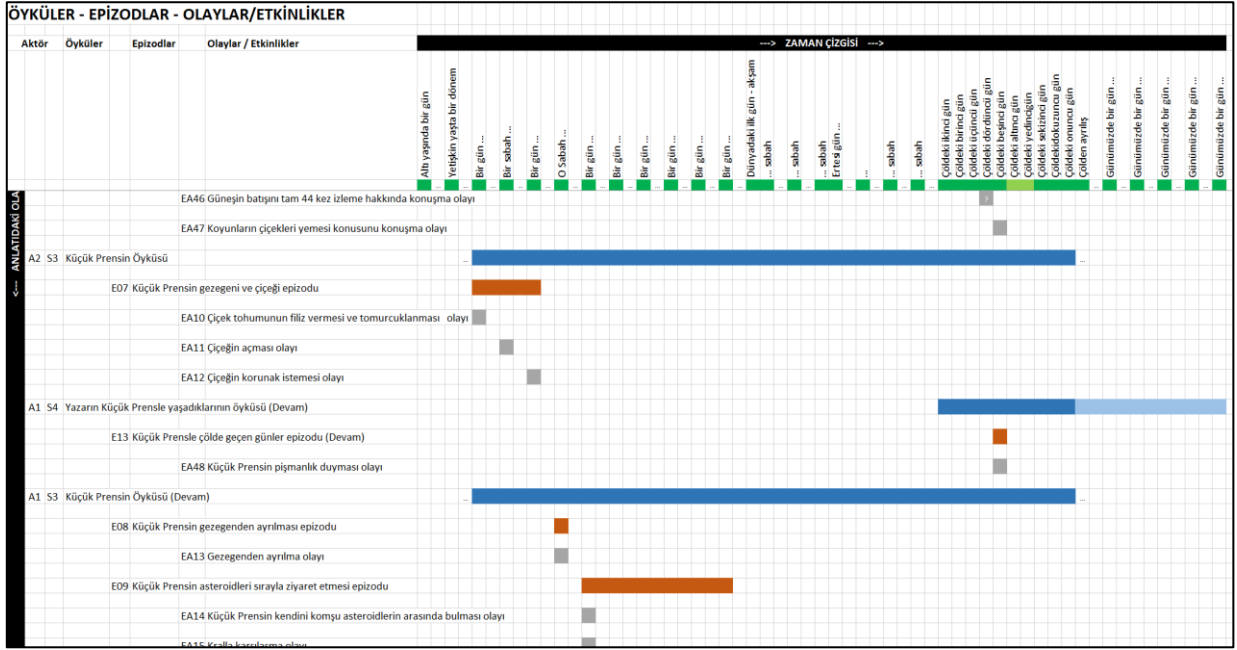
Şekil 2. Anlatıdaki Öykülerin Zaman Çizgisi ve Öykü Akışı

Aynı işlem farklı bir işlem tablosunda epizodlar için gerçekleştirilmiştir. Bir öyküde bir ya da birden fazla epizod bulunabilmektedir. Zaman çizgisinde her epizod kendisine karşı gelen zaman dilimine yerleştirilmiştir (Şekil 3).



Şekil 3. Anlatıdaki Epizodların Zaman Çizgisi ve Epizod Akışı

Son olarak etkinlikler/olaylar kendilerine ait zaman çizgilerine yerleştirilmiştir. Etkinlikler/olaylar için daha fazla sayıda kilometre taşına ihtiyaç bulunmaktadır. Bu amaçla anlatıdaki "Bir gün...", "Bir sabah...", "O sabah...", "Günlerden bir gün..." vb. zaman bildiren bütün ifadelerden yararlanılmıştır (Şekil 4).



Şekil 4. Anlatıdaki Etkinlik/Olayların Zaman Çizgisi ve Etkinlik/Olay Akışı

Bu aşamada işlem tablolarında aktörler, öyküler, epizodlar ve etkinlik/olaylar harfler ve rakamlarla kodlanmıştır. Kodlama esnasında her öğeye birbirinden ayrı birer kod atanmıştır. Aktörler A1 ve A2; öyküler S1, ... , S4; epizodlar E01, ... , E20; etkinlik/olaylar EA01, ... , EA65 arasında kod değerleri almışlardır.

### 3.4. Aşama 4

Dördüncü aşamada her aktör için ayrı ayrı işlem tablolarında bağlam ağaçları oluşturulmuştur. Ardından bağlam – deneyim ilişkilerine ait veriler derlenmiş ve bağlam ontolojisine eklenmiştir. Diğer bir deyişle, her bir bağlam değerini barındıran olay/etkinliğin kodu bu bağlam değerinin altına yazılmıştır. Boş bağlamlar köşeli parantezler (“[]”) ile gösterilmiştir. Bu işlemden sonra bağlamlar kodlanmıştır. Bağlam ağaçlarına ait tablolar oldukça büyük sayfalar olduğu için bu çalışmadaki görsellerde sayfalara ait küçük bölümlere yer verilmiştir (Şekil 5, Şekil 6).

EVENTS OLAYLAR	BEHAVIORS DAVRANIŞLAR	ASSETS VARLIKLAR
Ev101 Kitapta bir resim görmem EA01	Be101 Kitap okumak EA01	As101 [] EA09
Ev102 Büyüklerin 1 No’lu resmimi anlamamaları EA02	Be102 Uzun uzun düşünmek EA02	As102 “Gerçek Öyküler” kitabı EA01
Ev103 Büyüklerin 2 No’lu resmimi önemsememeleri EA03	Be103 Resim yapmak EA41	As103 Kitaptaki boa yılanı resmi EA02
Ev104 Resim kariyerimi terketmek zorunda kalmam EA04	EA02	As104 Kitaptaki resim yazısı EA01
Ev105 Pilot olmam EA05	EA54	As105 Renkli kalem EA01
Ev106 Büyükler hakkındaki düşüncelerimin değişmemesi EA06	EA36	As106 1 No’lu resim EA02
Ev107 Yeterince zeki kişilerin 1 No’lu resmi hiç anlayamamaları EA07	EA37	EA02
Ev108 Yetişkinlere çocukça konulardan bahsetmeyi bırakmam EA08	EA38	As107 2 No’lu resim EA03
Ev109 Yetişkinlerle ciddi konularda konuşmaya başlamam EA08	EA44	EA07
Ev110 Yetişkinlerin mutlu olması EA08	EA51	As108 Uçak EA32
Ev111 Gerçek sohbetler yapmadan yaşamak zorunda kalmam EA09	Be104 Resim yapmayı bırakmak EA04	As109 Uçak motoru EA32
Ev112 Uçağımın kaza yapması EA32	Be105 Uçmak EA05	As110 Bir hafta yetecek kadar su EA32
Ev113 Çöldeki ilk gecem EA33	Be106 Büyüklerle vakit geçirmek EA06	As111 Küçük erkek çocuğunun resmi EA54
Ev114 Çocuk sesiyle uyanmam EA34	Be107 1 No’lu resmi göstermek EA07	As112 Bir parça kağıt ve kalem EA35
	Be108 Çocukça konulardan bahsetmek EA08	As113 Boa yılanının dıştan görünüşünü EA36

Şekil 5. Yazarın Bağlam Ontolojisinin Elde Edilmesi

Bağlamlar ve deneyimlerle olan ilişkileri işlem tablosuna aktarıldıktan sonra bağlamlar kodlanmıştır. Yazarın bağlam ontolojisinde “yerler” için Pl101, ... , Pl107; “kişiler” için Pe101, ... , Pe110; “olaylar” için Ev101, ... , Ev162; “davranışlar” için Be101, ... , Be134; “varlıklar” için As101, ... , As127; “içerikler” için Co101, ... , Co168; “özellikler” için Fe101, ... , F127; “duygular” için Em101, ... , 121 arası kodlar kullanılmıştır. İçerikler çok sayıda olduğu için “varlıklar” içinde tutulmayıp “içerikler” isimli ayrı bir bağlam değişkeni biçiminde tanımlanmıştır. Küçük prens aktörü için ayrı bir işlem tablosunda benzer süreç gerçekleştirilmiştir. Küçük prensle ait bağlam ontolojisinde bağlamlara atanan kodlardaki rakamlar Yazarın bağlam ontolojisindeki kodlarla karışmaması için 201’den başlatılmıştır.

CONTEXTS		PEOPLE		EVENTS	
PLACES		KİŞİLER		OLAYLAR	
YERLER					
Pl201	Küçük prensin gezegeni	Pe201	Çiçek	Ev201	Çiçeğin tohumunun Küçük Prens'in gezegenine g
	EA10				EA10
	EA11			Ev202	Küçük Prens'in yeni filizi baobap sanması
	EA12				EA10
	EA13	Pe202	Kral	Ev203	Bitkinin tomurcuklanmaya başlaması
Pl202	Asteroidlerin arasındaki uzay				EA10
	EA14	Pe203	Kendini beğenmiş adam	Ev204	Küçük prensin çiçeğin gelişmekte olduğunu hisse
Pl203	325 numaralı asteroid				EA10
	EA15	Pe204	Ayyaş adam	Ev205	Çiçeğin bir sabah ortaya çıkması
Pl204	326 numaralı asteroid				EA11
	EA16	Pe205	İşadamı	Ev206	Kibirli çiçeğin eziyetlerinin başlaması
Pl205	327 numaralı asteroid				EA11
	EA17	Pe206	Lamba yakıcısı	Ev207	Çiçeğin korunak istemesi
Pl206	328 numaralı asteroid				EA12
	EA18	Pe207	Coğrafyacı	Ev208	Küçük Prens'in gezegeninden ayrılması
Pl207	329 numaralı asteroid				EA13
	EA19	Pe208	Yılan	Ev209	Küçük Prens'in çiçekle son kez konuşması
Pl208	330 numaralı asteroid				EA13
	EA20	Pe209	Çöl çiçeği	Ev210	Küçük Prens'in kendini asteroidlerin arasında bul
Pl209	Dünya gezegeni				EA14
	EA21	Pe210	Yankı	Ev211	Asteroidleri ziyaret ermeye karar vermesi
	EA22				EA14
	EA23	Pe211	Güller	Ev212	Kralla karşılaşma
	EA24				EA15
	EA25			Ev213	Kendini beğenmiş adamlarla karşılaşma
	EA26	Pe212	Tilki		EA16
	EA27			Ev214	Ayyaş adamlarla karşılaşma
	EA28				EA17
	EA29			Ev215	İşadamıyla karşılaşma
	EA30				EA18
	EA31	Pe213	Demiryolu işaretçisi	Ev216	Lamba yakıcısıyla karşılaşma
Pl210	Çöl				EA19
	EA21	Pe214	Satıcı	Ev217	Coğrafyacıyla karşılaşma

Şekil 6. Küçük Prense Ait Bağlam Ontolojisinin Elde Edilmesi

### 3.5. Aşama 5

Beşinci aşamada önceki aşamalarda elde edilen bağlam ağacı ile deneyim ağaçları (ve aralarındaki ilişkiler) bir yönlü çizge haline getirilmiştir. Bu amaçla Bostock ve arkadaşlarının (Bostock vd, 2011) geliştirmiş olduğu açık kaynak kodlu *D3js.org* kitaplığındaki *Force-directed Graph* aracından yararlanılmıştır. *D3js.net* kitaplığı *Javascript* ile kodlanmış *SVG* ve *CSS* kullanılarak hazırlanmış web sayfaları biçimindeki araçlardan oluşur. İlgili yazılımı kullanmak için düğümler ve ilişkilere ait veriler bir *Json* dosyasına kaydedilir ve web sayfası görüntülenir. Web sayfasındaki *Javascript* kodu, *Json* verilerini okur ve verilerin oluşturduğu çizmeyi görüntüler.

*Küçük Prens* anlatısına ait bağlam – deneyim ağının çizgesini oluşturmak amacıyla adım adım ilerlenmiştir. Önce aktörlere ve öykülere ait düğümler ve aktör – öykü bağlantıları veri olarak girilerek, aktörler – öyküler çizgesi görüntülenmiştir. Düğümleri ve bağlantıları oluşturmak için gerekli *Json* satırları işlem tablosu içerisinde metin işlemcileri kullanılarak meydana getirilmiş ve ilgili *Json* dosyasına aktarılmıştır (Şekil 7).

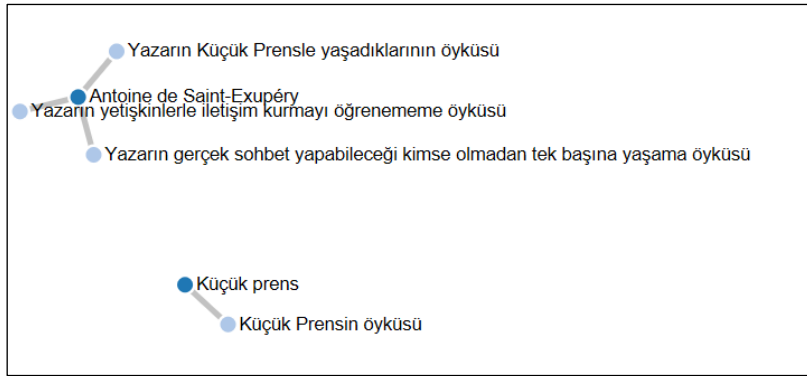
```

{
  "nodes": [
    {"id": "A1", "name": "Aktör1", "text": "Antoine de Saint-Exupéry", "group": 1},
    {"id": "S1", "name": "Öykü1", "text": "Yazarın yetişkinlerle iletişim kurmayı öğreneme öyküsü", "group": 2},
    {"id": "S2", "name": "Öykü2", "text": "Yazarın gerçek sohbet yapabileceği kimse olmadan tek başına yaşama öyküsü", "group": 2},
    {"id": "S4", "name": "Öykü4", "text": "Yazarın Küçük Prenslere yaşadıklarının öyküsü", "group": 2},
    {"id": "A2", "name": "Aktör2", "text": "Küçük prens", "group": 1},
    {"id": "S3", "name": "Öykü3", "text": "Küçük Prensin öyküsü", "group": 2}
  ],
  "links": [
    {"source": "A1", "target": "S1", "value": 10},
    {"source": "A1", "target": "S2", "value": 10},
    {"source": "A1", "target": "S4", "value": 10},
    {"source": "A2", "target": "S3", "value": 10}
  ]
}

```

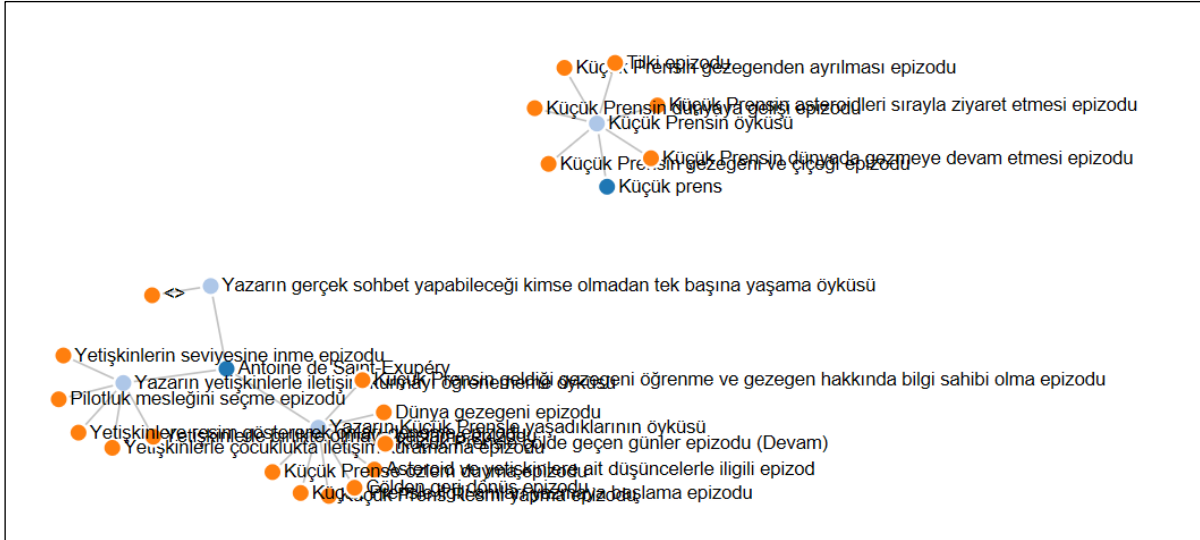
Şekil 7. Aktörler ve Öyküler İçin Düşümler ve Bağlantılara Ait JSON Yapısı

Daha sonra bu araştırma için kaynak kodları yeniden düzenlenmiş olan açık kaynak kodlu Force-directed Graph kodunu içeren "index.html" dosyası internet tarayıcısında açılarak çizge görüntülenmiştir (Şekil 8).



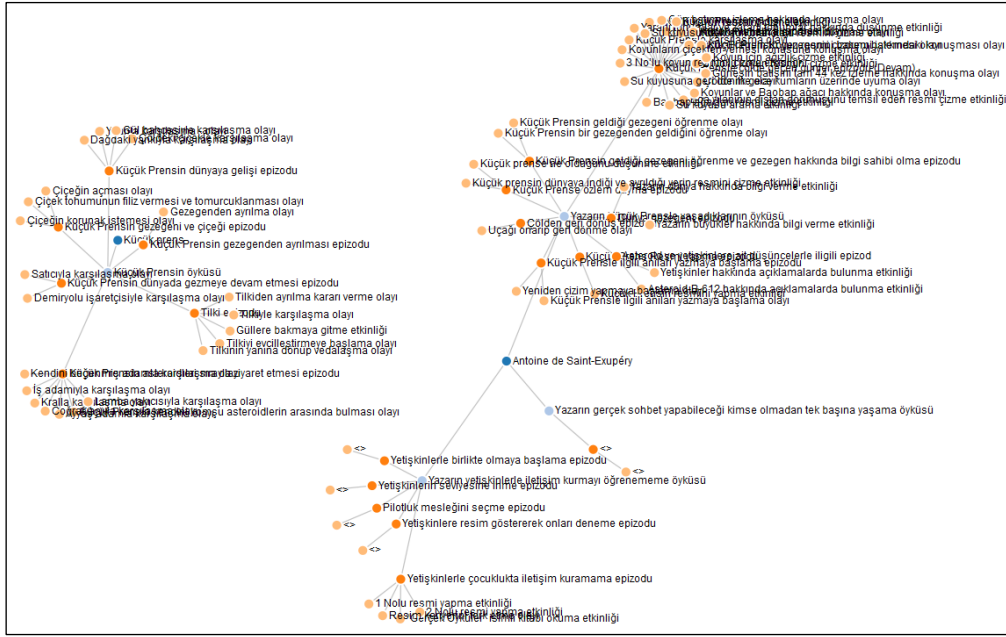
Şekil 8. Aktörler ve Öykülere Ait Çizge

Bu işleme devam edilerek json dosyasına anlatı modelindeki epizodlar eklendiğinde ağın yapısı Şekil 9'daki gibi olmuştur.



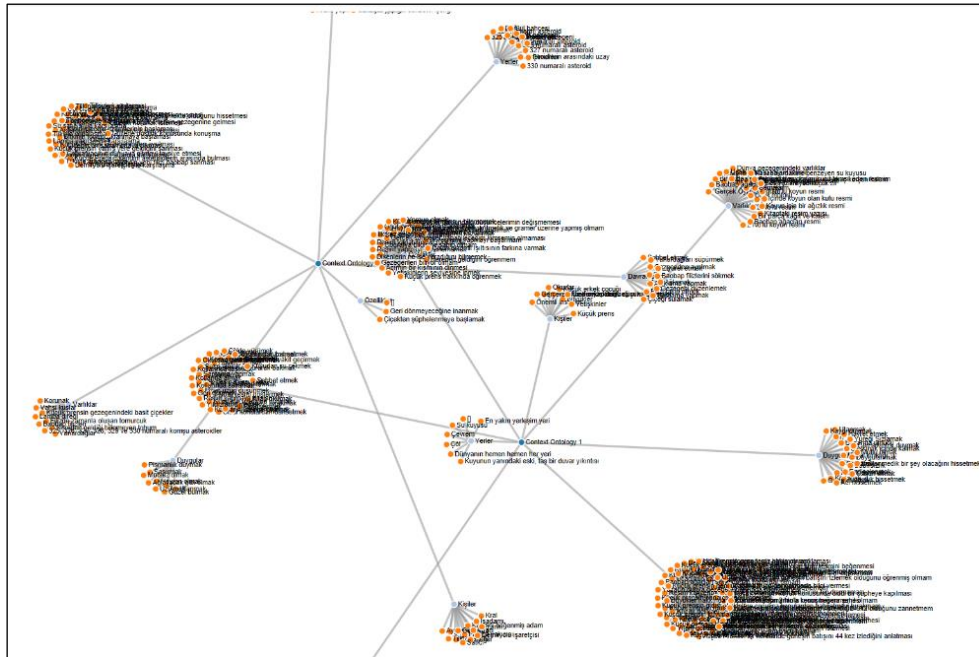
Şekil 9. Anlatıdaki Epizodlara Ait Çizge

Çizge her ne kadar karmaşık görünse de fareyle herhangi bir düğüm seçilerek karmaşanın içinden dışarıya doğru çekilebilmektedir. Düğüm, kendisine bağlı bütün diğer düğümleri peşinden sürükleyerek hareket edecektir. İşleme etkinlikler/olaylar eklenerek devam edildiğinde aşağıdaki çizge elde edilmiştir (Şekil 10). Çizgede aktörler koyu mavi, öyküler açık mavi, epizodlar koyu turuncu, etkinlikler/olaylar ise açık turuncu renginde görünmektedir.



Şekil 10. Anlatıdaki Etkinlik/Olaylara Ait Çizge

Aynı işlem bağlamlar için yapıldığında iki aktörün birbirinden ayrıık bağlam ontolojilerine ait çizgeleri elde edilmiştir (Şekil 11). Bu çalışmada anlatıya ait bağlamlar, üst düzey bağlamlar ile bu bağlamlara ait öğelerin oluşturduğu iki düzeyli ağaçlardan oluşmuştur.

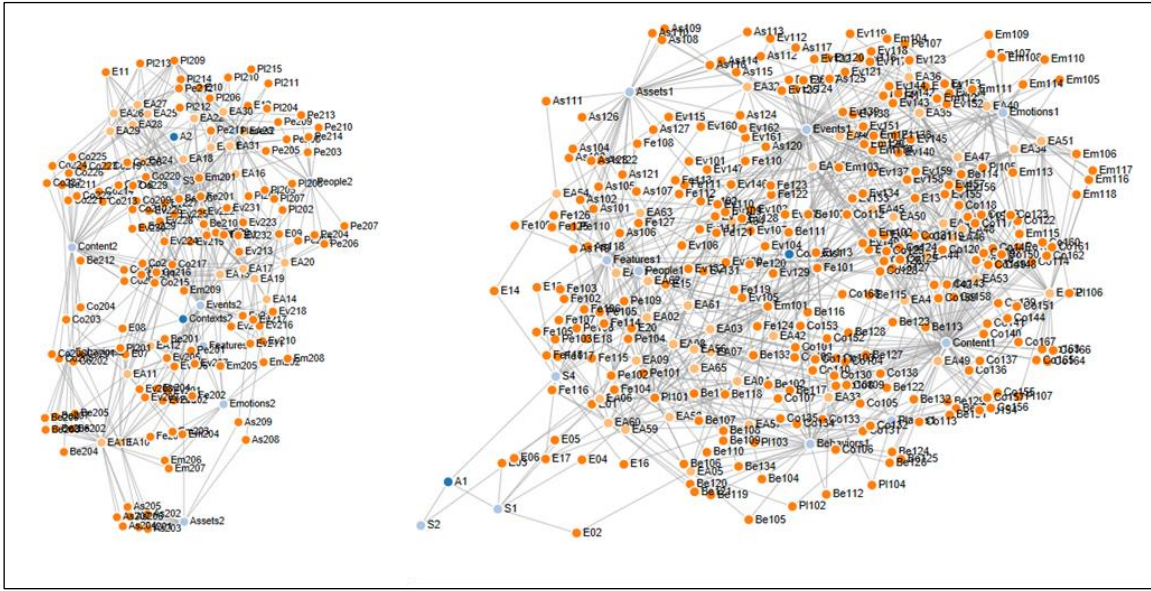


Şekil 11. Anlatıdaki Bağlamlara Ait Çizge

Dikkat edilirse, henüz deneyimler ve bağlamlar birbirine ilişkendirilmemiş durumdadır. Bu nedenle aktörlerin deneyim ve bağlam çizgeleri her aktör için ayrıık çizgeler halinde görölmektedir.

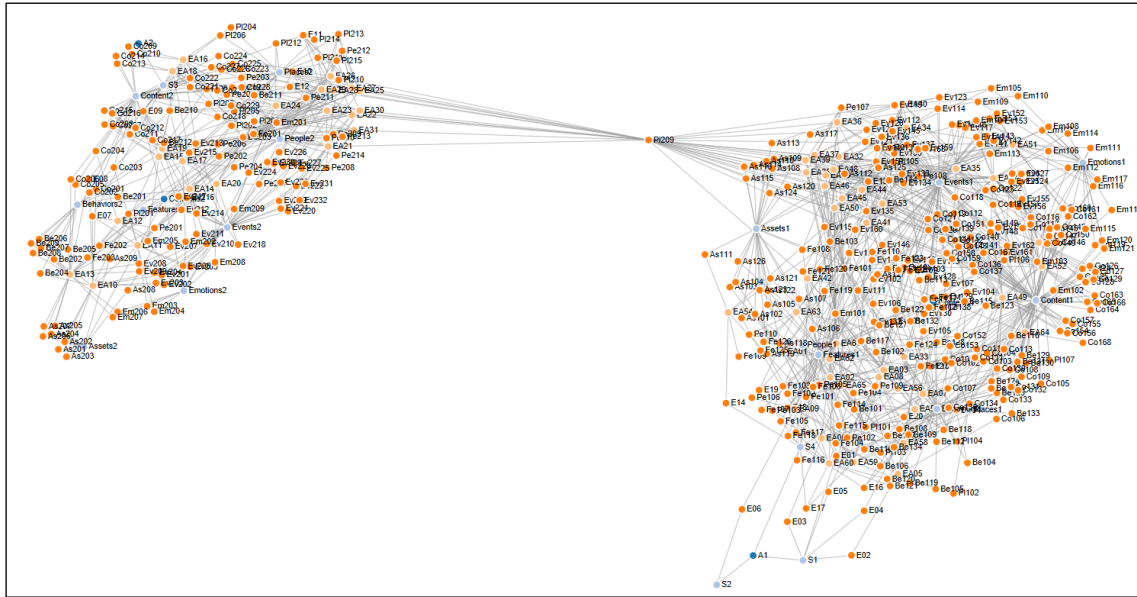
Son olarak her aktör için bağlamlarla olaylar birbirine ilgili Json dosyalarında bağlanmıştır. Bunun sonucunda Şekil 12'deki aktör-deneyim-bağlam yönü çizgeleri elde edilmiştir. Bu çizgelerin her biri ilgili aktörün deneyimlerini, bağlamlarını ve aralarındaki ilişkileri içermektedir. Şekil 12'de görülen ağlardan kalabalık olan yazara ait, daha az sayıda düğümden oluşan ise küçük prensin öykülerine ait ağdır.





Şekil 12. Aktör – Deneyim – Bağlam Çizgesi

Yazar ve Küçük Prens'in ortak bağlamlarına yer verilmediği için bu aşamada da hala iki ayrı çizge bulunmaktadır. Yazar ve Küçük Prens'in birlikte aynı öyküyü paylaştıkları on gün boyunca her iki aktörün "Yerler" bağlamına "Dünya Gezegeni" bağlam değeri eklendiğinde Şekil 13'deki çizge elde edilmiştir.



Şekil 13. İki Aktörün Deneyimlerinin Ortak Bir Bağlamla Bağlanması

Birbirine bağlı bu çizgeler *Küçük Prens* öyküsünün yapısını neredeyse eksiksiz olarak barındırmaktadırlar. Bu çizge üzerinde serbestçe gezinilebilir ve öyküdeki herhangi bir deneyime ya da bağlama odaklanarak incelenebilir.

#### 4. Bulgular

Bu bölümde *Küçük Prens* anlatısına ait anlatı deneyim tabanının oluşturulması ve kullanılması esnasında yaşanan deneyimler ve gözlenen durumlara yer verilecektir. Deneyimlere özgü farklılıklar ile bağlamlara özgü farklılıklar ayrı ayrı sunulmuştur.

##### 4.1. Kişisel Deneyimler İle Anlatılardaki Deneyimler Arasındaki Farklılıklar

Kişisel deneyimlerde tek aktör deneyimi yaşayan bireyin kendisidir ve bu aktörün çeşitli temalarına ait öyküler barındırır. Birey, herhangi bir amaçla başkalarına ait deneyim tabanları da oluşturabilir ve bu deneyim tabanlarını birbirleriyle ortak bağlamlar aracılığıyla ilişkilendirebilir.

Diğer taraftan, anlatılarda genellikle birden fazla aktör ve bu aktörlere ait öyküler bulunur. Yine de tek aktörlü ya da sadece bir aktöre ait öyküler barındıran anlatılar da yaratılabilir. Örneğin, bir öyküde sadece bir aktörün bulunduğu durumda öyküde yer alan diğer aktörler bu aktörün “kişiler” bağlamında yer alan öğeler haline gelecektir. Yine de kişilik bölünmesine sahip çok kişilikli bir aktörün öyküsü gibi uç durumlar bunun istisnasıdır.

Kişisel deneyimlerde birey bir anlatı oluşturma amacı gütmeyeceği için öyküleri, epizodları ve etkinlik-olayları genellikle zamansal dizilim açısından birbirinden ayrı ve tek yönlü yorumlamaya çalışır. Böylece birey zaten geçmişteki bir deneyimi doğru anımsama probleminde çözüm getirmeye çalıştığı için birbiriyle dolaşık öykülerden uzak durur. Anlatılarda ise sürükleyicilik, ilgi çekicilik ve heyecan duygusu amaçlandığı için birden fazla birbirine dolanmış öyküye sıkça yer verilir, çoğu durumda da olay akışında geriye atlama (flash - back) ya da ileriye atmalardan (flash - forward) yararlanır. Bu durumda bir anlatıyı modellemek için analitik araçlara ihtiyaç duyulur.

*Küçük Prens* anlatısında birbirinden farklı dört öykü bulunmaktadır. Bu öykülerden ikincisinin, anlatıdaki sadece bir paragrafın içinde bulunan bir sözcükten meydana geldiği görülmektedir (Saint-Exupéry, 2015, s.3):

*“Böylece, altı yıl önce Sahra Çölü’nde başıma gelen bir arızaya kadar, kimseyle gerçek anlamda konuşmadan yalnız bir hayat sürdürdüm.” ...*

Bu öykü yazarın yetişkin olduğu andan günümüzden altı yıl öncesine kadar geçen belirsiz bir süreyi kapsamaktadır ve bu öyküye ait herhangi bir epizod ya da etkinlik/olay belirtilmemektedir. Benzer şekilde, yazarın birinci öyküsünde bulunan beş epizoddan birincisi yazar altı yaşında iken yaşanan dört farklı etkinlik/olaydan oluşurken, arada geçen belirsiz bir süreden sonra yetişkinliğe geçtiği dönemde yaşadığı diğer dört epizod herhangi bir etkinlik/olaya değinilmeden anlatılmaktadır.

Anlatıdaki diğer öyküler yazarın küçük prensle birlikte çölde geçirdiği 10 güne ait öykü ve günümüzdeki uzantısı ile küçük prensin kendi öyküsüdür. Bu öyküler anlatının ana yapısını meydana getiren büyük parçalarıdır. Çölde geçen günlerde yaşanan olayların kronolojisi kesin iken yazarın günümüzde yaşadıkları ile küçük prensin kendi gezegeninde, diğer asteroidlerde ve dünyada geçirdiği bir yıla ait kronoloji belirsizdir. Bütün olaylar öyküde “bir gün...”, “bir sabah...” vb. biçimde zamanlanmıştır.

Zaman çizgisi – olay akışı tablolarında, anlatıdaki olay akışı düşeyde izlenirken, olayların zaman dizilimi yatayda gözlenebilmektedir. Deneyimler her düzeyde kodlanırken zaman çizgisindeki konumları dikkate alınmıştır. Diğer bir deyişle, zamanda önce gerçekleşen bir olayın kodundaki sıra numarası daha sonra gerçekleşen bir olayinkinden daha küçük olmaktadır. Böylece, anlatı, etkinlik/olay kodları kullanılarak okunduğunda gerçek zaman çizgisini izleyen bir okuma gerçekleşmektedir.

*Küçük Prens* kitabı 27 bölümden oluşmaktadır. Kitaba anlatı deneyim tabanı elde etme süreci uygulandıktan sonra oluşan deneyimler hiyerarşisi biçimindeki bölümlerle yazarın kitaptaki bölümleri birbiriyle uyumlu olmayabilmektedir. Örneğin, kitabın birinci bölümü bir öykünün tümünü ve bu öyküye ait beş epizodu barındırırken, kitabın 16. ve 17. bölümlerinin tümü sadece bir etkinlik/olayı meydana getirmektedir. Yukarıda değinilen, bir tümceden oluşan öykü ise kitabın 2. bölümünün ilk paragrafının ilk tümcesidir. Bu durum anlatıyı modelleme sürecinde yazarın bölümlenmesinin iptal edilmesi, bütün anlatının ardışık tümceler biçiminde düzenlenerek, anlatıya ait en küçük anlatı ögesi olarak tümcenin alınması gerektiğini göstermektedir.

#### 4.2. Kişisel Deneyimlerdeki Bağlamlar İle Anlatı Bağlamları Arasındaki Farklılıklar

Kişisel deneyimlerde “kişiler” bağlamındaki öğeler bireyin psikolojisinde çok özel bir durum yoksa gerçek insanlardan oluşur. Yapay zeka teknolojisinin gelişmesiyle gelecekteki deneyimlerde bazı sanal yapıların da kişiler grubuna dahil olmaya başlaması beklenebilir. Anlatılardaki deneyimlerde ise anlatıcı bu konuda sınırsız esnekliğe sahip olduğu için her türlü varlıkla deneyim esnasında iletişim kurulabilir ve bu varlıklar “kişiler” bağlamında ele alınabilir. Örneğin, küçük prensin öyküsünde kendi gezegenindeki çiçek küçük prens göze göre “kişiler” bağlamındaki bir öğedir. Aynı çiçek, yazarın öykülerinde “varlıklar” bağlamında yer almaktadır.

Kişisel deneyimlerde içinde bulunulan “yerler” dünya üzerindeki bir nokta olabilir. Uzay laboratuvarında bulunan ya da aya giden astronotlar için bu çevre biraz daha geniş olabilmektedir. Anlatılardaki deneyimler ise evrendeki gerçek, sanal ve fantastik her türlü ortamda geçebilir. Örneğin, küçük prens kendi gezegeninden ayrıldıktan sonra altı asteroidi ziyaret eder ve ardından dünyaya gelir.

“Olaylar” kişisel deneyimlerde deneyimi betimleyen olay olabileceği gibi, gerek duyulduğunda deneyim esnasındaki eylemler ve işlemleri de içerebilir. Anlatı deneyimlerinde de aynı durum geçerlidir. Bir anlatıda bulunan diğer kişilerin kendi deneyimi esnasında gerçekleştirdiği etkinlikler de aktör açısından bakıldığında aktörün maruz kaldığı birer olay durumundadır.



“Davranışlar” kişisel deneyimlerde deneyimi betimleyen etkinliğin kendisi olabileceği gibi deneyim esnasındaki daha alt düzeydeki tüm davranışları içerebilir. Anlatıcı deneyimde yer alan diğer kişilerin de anlatıcısı olabilir ve anlatıdaki bir aktörün etkinlikleri diğer aktörlerin maruz kaldığı birer olay olacaktır. *Küçük Prens* anlatısında anlatıcının kendi öykülerinin yanı sıra diğer aktörün de öykülerinin anlatıcısı olduğu unutulmamalıdır.

Kişisel deneyimlerde davranışlar ağırlıklı olarak fiziksel eylemleri içermektedir. Birey, deneyime geri dönerek deneyimi anımsamaya çalıştığında, en fazla gözüne çarpan davranışlar fiziksel olanlardır. Anlatı deneyimlerinde ise deneyim serbestçe kurgulandığı için zihinsel davranışlara da sıkça yer verilir. Kişisel deneyimlerde zihinsel davranışlar genellikle fiziksel bir nesne ya da çevre üzerinde görünür değişiklik sağlamadıkları için fiziksel davranışlar kadar kolay betimlenemezler.

Anlatılardaki deneyimlerde kullanılan “varlıklar” ile kişisel deneyimlerdeki varlıklar arasında yapısal bir farklılık yoktur. Sadece, bir deneyimdeki varlığın diğer deneyimde kişi, bir deneyimdeki bir kişinin de bir başka deneyimde varlık olabilmesi gibi kişisel deneyimlerde pek karşılaşılmayan durumla anlatılardaki deneyimlerde sık karşılaşılmaktadır.

Kişisel deneyimlerde “özellikler” bağlamı ağırlıklı olarak “kişisel özellikler” adı verilen ve bireyin özgeçmişine ekleyebileceği bütün parametreleri içeren geniş bir listedir. Anlatılarda da bu durum geçerlidir. Ek olarak anlatılarda deneyimleri kurgularken daha geniş bir fiil haznesine başvurulur ve kişisel deneyimlerdeki özelliklerin değişimi genellikle nesnel kanıtlara sahipken, anlatılarda herhangi bir fiziksel belirti içermeyen ve sadece duyumsanan özellik değişimlerine de sıkça yer verilmektedir.

Kişisel deneyimlere eşlik eden duygudurumlar, duygulanımlar ve hisler anlatılardaki deneyimlerde de sıkça kullanılır. Fakat anlatıcıların edebi yetenekleri kişisel deneyimleri betimleyenlerden daha fazla olduğu için alışılmadık fiillere ya da sözcük oyunlarına sıkça yer verilmektedir.

Kişisel deneyimlerde deneyimlere eşlik eden bağlamlar bireyin yaşamını çevreleyen bağlamlardır ve her bağlam ögesi bireyin geçmiş çok sayıda başka deneyimlerinde de yer alabilen genellikle tanıdık bir öğedir. Bir anlatı ise kısa, öz ve fazla tekrar içermeyen yapıda olmak zorundadır. Bu durumda anlatıdaki her deneyimde birbirinden çok farklı bağlamlar bulunur ve her hangi bir bağlam ögesi az sayıda deneyimle ilişkilidir. Aksi durumda sıkıcı bir metin ortaya çıkacaktır. Böylece anlatı bağlamları çok hiyerarşi içeren bir ontoloji oluşturmaya izin vermeyen düz listeler meydana getirirler. Ontolojiyi oluşturma, uygulayıcının anlatıyı hiyerarşik olarak özetleme ihtiyacına dayalı bir işlemdir ve bağlam öğelerinin kendi aralarında yapay ilişkiler oluşturmayla gerçekleştirilir. Bağlam öğeleriyle deneyimler arasındaki ilişkiler ontolojinin yapısından etkilenmediği gibi, aynı zamanda ontolojinin yapısının etkilenmesine de neden olmazlar. Örneğin, resim yapmayla ilgili davranışlar, olaylar, içerikler ve varlıklar öykü boyunca çok yer kaplamaktadır. İlgili bağlam ağaçlarındaki resim yapmayla ilgili öğeleri her ağaçta ayrı bir düğümün altında toplamak daha sonra anlatıyı inceleyenlere yardımcı olacaktır.

Anlatıya ait deneyim tabanı oluşturulurken bağlam değişkenlerinin elde edilmesi esnasında aşağıdaki durumlara dikkat edilmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır:

- Bir deneyimde aynı bağlam ögesinden birden fazla olabilir, aynı bağlam değerinden birden fazla olamaz.
- Bazı deneyimlerde bazı bağlam değişkenleri değer almayabilir. Bunlar için köşeli parantezlerle (“ ”) isimsiz yer tutucular kullanılabilir.
- Bağlamlar belirlenirken kanıt olarak mutlaka anlatıda karşı gelen bir sözcük ya da tümceye yer verilmelidir. Anlatıdan bağlam çıkartırken aşırı yorumdan kaçınılmalıdır.
- Eğer deneyimler farklı kişilere aitse iki farklı kişinin öyküsü aynı ortak bağlam üzerinde birbiriyle kesişir.
- Her anlatıda anlatıyı dinleyen – okuyan kişi(ler) bulunur. Yazarla okur arasında özel bir diyalog olduğu durumda “kişiler” bağlamına “okur” kişisi eklenebilir.
- Bağlamları saptama esnasında bağlam fiilleri dikkate alınır: Yerler (içinde bulunmak), kişiler (iletişimde bulunmak), olaylar (yaşamak), davranışlar (gerçekleştirmek), özellikler (değişmek), duygular (hissetmek), varlıklar (kullanmak).
- Anlatıcının saptamaları, betimlemeleri ve açıklamaları içinde yer verilen özellikler ve duygulara dikkat edilmelidir. Bu özellikler ve duygular aktöre ait olmayıp, içeriğe ait olabilir. Deneyim esnasında aktör tarafından hissedilen duygular ve deneyim esnasında değişen özellikler dikkate alınmalıdır.
- Bir deneyimde diğer kişilerin davranışları, bu davranışlara aktör maruz kaldığı durumda, aktöre ait olaylar kapsamında ele alınır.
- Kişisel deneyimlerde genellikle fiziksel davranışlar ön plandayken, anlatılarda sıkça (düşündüm, hatırladım, öğrendim, anladım, karar verdim, çözdüm, inandım, içime doğdu vb.) zihinsel (bilişsel) davranışlar belirir. Bilişsel davranışları özelliklerden ayırt etmek bazen zor olabilir.

- Hissi (sevdim, özledim, hayran oldum vb.) davranışlar “duygular” bağlamında tutulmalıdır.
- Kişisel deneyimlerde bağlamlar genellikle somut verilerdir. Anlatılarda sıkça soyut bağlamlar da (yetişkinler, büyükler vb.) bulunur.
- Bağlamların görevi farklı deneyimleri birbirine bağlamaktır. Diğer bir deyişle, deneyimler bağlamların bir işlevidir ve her deneyimin hangi bağlam değerinin bir işlevi olarak türediği doğru biçimde belirlenmelidir. Çizgede aradaki ilişkilerin görünebilmesi için farklı deneyimlerdeki ortak bağlamların aynı kodlara sahip olmasına dikkat edilmelidir. Bu işlemin bir sonraki aşaması ise farklı aktörlere ait ortak bağlamların aynı kodlara sahip olmasıdır.

Öyküye ait bağlam-deneyim ağı bir kez elde edildikten sonra ağı kullanmak okuyucunun yaratıcılığına kalmıştır. Okuyucu öyküyü ağ üzerinde sonsuz farklı biçimde inceleyebilir. Bu amaçla ağı küçültme – büyütme – ağın bir bölümüne odaklanma, ortak bağlamları gizleme – gösterme yöntemiyle ağı bölme – birleştirme, anlatıyı ağa yükleme / anlatıdaki içerikleri ağa yükleme gibi seçeneklerle öyküyü durağan yazılı metinden oluşan basılı kopyaya göre daha dinamik biçimde inceleyebilir.

## Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışmada, yaşam günlüğü ile yakalanan kişisel deneyimlere eşlik eden bağlamların deneyimlerle olan ilişkileri yardımıyla kurulan bağlam – deneyim anlamsal ağının sadece kişisel deneyimler için değil, anlatılar için de oluşturulabileceği gösterilmiştir.

Bu amaçla, öğrenme deneyimleri yönetimi yaklaşımında kullanılan öykü, epizod ve etkinlik/olaylardan oluşan deneyimler hiyerarşisi ile LECOM yaşam deneyimleri bağlam modelindeki bağlam değişkenlerinden yararlanılarak kurulabilen bağlam-deneyim ağının oluşturduğu kişisel bilgi tabanını kapsayan “deneyim tabanı” yapısı ortaya konulmuştur. Böylece bu yapının anlatılara uygulanmasıyla “anlatı deneyim tabanı” kavramına ulaşılmıştır. Kişisel deneyimler ile anlatılardaki Genette (2011) tarafından belirlenmiş yapılar arasındaki farklılıkların temelinde anlatıların daha karmaşık yapılar barındırabiliyor olması bulunmaktadır. Anlatılarda ortaya çıkan bu genişleme irdelenerek “anlatı deneyim tabanı” yapısının kavramsal tasarımı gerçekleştirilmiştir.

Elde edilen bu kavramsal tasarım gerçekte bir anlatıya ait bir bilgi tabanının nasıl olması gerektiğine dair bir yol göstericidir. Bu yol göstericiden yararlanarak herhangi bir anlatının anlatı deneyim tabanının oluşturulabilmesi için kullanılabilecek beş aşamadan oluşan bir süreç tasarlanmıştır. Ardından anlatı deneyim tabanı oluşturma süreci *Küçük Prens* öyküsü üzerinde uygulanarak, eserin anlatı deneyim tabanı elde edilmiştir.

*Küçük Prens* öyküsünün anlatı deneyim tabanı esere ait 2 aktör, 4 öykü, 20 epizod, 65 etkinlik/olay, her aktör için yedi ayrı bağlam değişkeni ile içerik değişkenine ait toplam 379 bağlam değeri, bağlam – deneyim çizgesine ait 507 düğüm ve 1156 bağlantıdan oluşmaktadır. Elde edilen bu öğelerin elde edilişi uygulayıcıdan uygulayıcıya (hatta bir uygulayıcının anlatıyı farklı zamanlardaki okumalarında bile) farklılık gösterse de sonuçta anlatının ilgili okumaya ait bir modelini oluşturacaktır. Bu model (ya da sürecin her uygulanmasıyla elde edilen birbirinden farklı tüm modeller) anlatıyı tanımlamakta, ifade etmekte ve anlatıyı yeniden oluşturmada yeterli öğeleri ve içeriği barındıracaktır. Modeller arasındaki farklılıklar, anlatının parçalara ayrılırken seçilen ayrıntı düzeyindeki farklılıklar ya da anlatıdaki deneyimleri – bağlamları yorumlama ve tanımlama farklılıklarından kaynaklanmaktadır. Bu durum modellerin anlatıdan eksik ya da fazla olmasına yol açmaz. Sadece, sonuçta toplandığında anlatının kendisini meydana getirecek olan öğelerin seçiminde yaşanan tercih farklılıklarının doğurduğu sonsuz sayıdaki terkinin ortaya çıkmasına neden olur.

Bir anlatıya ait model; anlatıya ait her öğenin diğer öğelerle ilişkisini tam olarak gösteren bir bilgi tabanını içerir. Bu bilgi tabanındaki bağlam-deneyim çizgesi anlatı üzerinde görsel olarak dolanabilmeye olanak sağlar. Çizge üzerinde bir düğüm seçilerek anlatıyı sadece bir öğeye ait bakış açısından görebilmek mümkün hale gelir. Anlatının içerdiği ve herhangi bir serbest okumada hemen fark edilemeyecek olan öğeler arasındaki ortak ilişkiler model üzerinde kolayca görülebilmektedir. Bu durum anlatıya ait karmaşık anlamsal sorgulara yanıt bulabilmeye olanak sağlar. Çizgenin elde edilmesi aşamasında oluşturulan zaman çizgisi – öykü/epizod/etkinlik-olay akışı tabloları anlatıdaki aktörlerin zaman çizgileri ve deneyimlerin zaman çizgileri üzerinde gezinebilme olanağını sağlar. Böylece karmaşık zaman yapıları anlatıları takip etmek kolaylaşmaktadır.

Bir anlatının ana dilinde modellenmesi durumunda, anlatının tercümesi esnasında modelinin de tercüme edilmesi sağlanmalıdır. Anlatının modeli anlatıyı oluşturan yapıyı en eksiksiz biçimde kapsadığı için anlatı ve modeli ikinci bir dile çevrilirken ikisi arasında ana dilde olduğu gibi yeni dilde de bir uyumsuzluğun olmaması amaçlanmalıdır. Diğer bir deyişle, anlatı modelleri anlatıların çevirisinde doğruluğu artırıcı bir araç olarak kullanılabilirler.

Büyük hacimli anlatılara ait anlatı modellerinin elde edilebilmesi amacıyla wiki benzeri çok kullanıcıli araçlar geliştirilebilir. Böylece modelde oluşacak ayrıntı ve yorum farklılıkları üzerinde de uzlaşma sağlanarak ortaya genel kabul görmüş ortak bir anlatı modelinin ortaya çıkması sağlanabilir.

Bu çalışmada tasarlanan anlatı deneyim tabanı elde etme sürecinde herhangi bir teknolojinin zorunlu kullanımı öne sürülmektedir. Sürecin *Küçük Prens* öyküsü üzerinde uygulanması aşamasında ise bir sözcük işlemci, bir işlem tablosu yazılımı ve açık kaynak kodlu bir çizge yazılımı kullanılmıştır. Gelecekte anlatı modellerini oluşturma sürecini kolaylaştıran ve bir anlatı modelini etkileşimli olarak düzenleme olanağı sağlayan bir çizge yazılımının geliştirilmesi ve farklı anlatılar ve uygulayıcılar üzerinde denenmesi bir ar-ge projesi olarak tasarlanabilir.

Bu çalışmada anlatıdaki diyalogların – monologların oluşturduğu içeriklerin kapsadığı bağlamlar üzerinde durulmamıştır. Anlatılarda bu türden içeriklerin çözümlemesi amacıyla anlatılara ait içerik tabanı oluşturma ve düzenleme yönteminin tasarlanması ve uygulanmasını içeren bir araştırma gerçekleştirilebilir.

Uygulama aşamasında anlatıya ait bağlam – deneyim çizgesini oluşturmak amacıyla Bostock ve arkadaşlarının (2011) geliştirdiği D3.js.org yazılım kitaplığındaki Force-directed Graph aracından yararlanılmıştır. Aynı kitaplıkta daha ileri özelliklere sahip Force-directed Graph'lara ait araçlar da bulunmaktadır. Örneğin; düğümler üzerinde arama yapılabilir çizgeler, düğümleri daraltılıp genişletilebilen çizgeler, odaklanılan düğümleri ve çevresini büyüten bir büyüteç aracı, kopyalama-yapıştırma amacıyla kullanılabilir çoklu seçilebilir düğümler, etkileşimli olarak içeriği düzenlenebilir çizgeler, özel etiketli düğümler, seçili düğümü merkeze alan çizgeler ve görüntü/ses/video içeren düğümleri barındıran çizgeler bunların arasında sayılabilir. Bu araçlar kullanılarak anlatı deneyim tabanına ait çizgenin daha işlevsel ve kullanışlı olması sağlanabilir.

Gerçekleştirilen uygulamada işlem tablolarında aktörler ve deneyimlerin zaman çizgileri bulunmasına rağmen bağlamlar için bu olanak yer almamaktadır. Seçilen bir bağlamların zaman çizgisinin görüntülenmesini sağlayacak bir sorgulama ve sonuçları zaman çizgisinde gösterme aracıyla bu bağlam ögesini içeren deneyimlerin zamansal dizilimini bir arada görmek mümkün olacaktır. Bu araç yardımıyla anlatıdaki ortak bağlamlara odaklanarak inceleme yapmak kolaylaşacaktır.

Benzer şekilde ağına ya da odaklanılan bir bölümünün zaman boyunca oluşumunun canlandırılabilmesi okuyucunun anlatıyı izlemesini kolaylaştıracaktır. Böylece ağına zamanla yeni düğümlerin eklenmesi ve bağlantıların kurulmasıyla nasıl geliştiğini ve karmaşılaştığını canlandırmak mümkün olacaktır.

Bir anlatının modeli o modeli oluşturan öğelerin almış olduğu belirli değerlerin kümesinden oluşmaktadır. Eğer anlatı modelinde öğelerin kendi kavram uzaylarındaki farklı değerleri alabilmesi sağlanabilirse, aynı modele sahip olan farklı anlatıların elde edilebilmesi mümkün olabilecektir. Örneğin, *Küçük Prens* öyküsü yerine aynı deneyimlere fakat bütünüyle farklı bağlam değerlerine sahip olan *Yaşlı Uzay Gezini* öyküsü gibi farklı bir öykü elde edilebilir.

Anlatıya ait çizgenin oluşturulmasında Neo4j çizge veritabanı yönetim sisteminin kullanılmasının sağlayacağı olanaklar araştırılabilir (Neo4j, 2018). Bu durumda Json dosyalarının Neo4j'ye yüklenmesi amacıyla kodlama yapılması gerekecektir. Neo4j ile anlatı modeline ait bağlam – deneyim çizgesi bir anlamsal ağa dönüştürülmüş olur ve bu ağ üzerinde anlamsal çıkarımlar yapacak sorgulamalar yapmak mümkün hale gelir.

Anlatı deneyim tabanlarının, eğitim süreçlerinde anlatıların öğrenilmesini kolaylaştıracak birer öğrenme teknolojisi aracı olarak kullanılmaları da mümkündür. Yayınevleri, yayınladıkları eserlerin anlatı deneyim tabanlarını internet ortamında yayınlamaları, eserin satışını artırıcı bir etmen olarak yararlanabilirler. Bu önermelerin ayrı birer araştırma kapsamında araştırılması gerekmektedir.

Bu çalışmada elde edilen bulgular ve sonuçlar *Küçük Prens* öyküsüne dayalı olarak elde edilmiştir. Bu sonuçların daha genel bir düzlemde tartışılabilmesi için geliştirilen sürecin başka öyküler ve anlatı türleri için de denenmesi gerekmektedir. Örneğin, bir tiyatro eseri ya da bir film senaryosunun benzer yöntemle anlatı deneyim tabanının oluşturularak incelenmesiyle anlatı deneyim tabanı oluşturma sürecinin daha da geliştirilmesi mümkün olabilecektir.

## Kaynakça

- Akınhay, O. (2015, 13 Nisan). *Küçük Prens Küçük Prenslere karşı*. Agora Kitaplığı, <http://agorakitapligi.com/kucuk-prens-kucuk-prenslere-karsi/> Erişim tarihi: 11.02.2020.
- Basili, V. R., Lindvall, M., & Costa, P. (2001). Implementing the Experience Factory concepts as a set of Experience Bases. *In Proceedings of the SEKE 2001 Conference*, Buenos Aires, Argentina, 102-109.
- Bostock, M., Ogievetsky, V. & Heer, J. (2011). D3 – data-driven documents. *IEEE Transactions on Visualization and Computer Graphics*, 17 (12), 2301–2309.

- Cheng, P. W., Chennuru, S., Buthpitiya, S. & Zhang, Y. (2010). A language-based approach to indexing heterogeneous multimedia lifelog. *International Conference on Multimodal Interfaces and the Workshop on Machine Learning for Multimodal Interaction, ACM*.
- Davies, S. (2011). Still Building the Memex. *Communications of the ACM*, 53 (2), 80-88.
- Dervişcemaloğlu, B. (2007). *Gerard Genette'e göre anlatı söylemi*, Ege Edebiyat, <http://www.ege-edebiyat.org/docs/337.doc>. Erişim tarihi: 11.02.2020.
- Doherty, A. R., Caprani, N., Conaire, C. Ó., Kalnikaite, V., Gurrin, C., Smeaton, A. F. & O'Connor, N. E. (2011). Passively recognising human activities through lifelogging. *Computers in Human Behavior*, 27 (5), 1948-1958.
- Experience. (1989). *The Oxford English Dictionary 2nd Edition*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Genette, G. (2011). *Anlatının söylemi: Yöntem hakkında bir deneme*. Çev. Ferit Burak Aydar, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi. (İlk baskı: 1980).
- Guillemette, L. & Lévesque, C. (2016). *Narratology*. Signo. <http://www.signosemio.com/genette/narratology.asp>. Erişim tarihi: 11.02.2020.
- Gurrin, C., Smeaton, A.F. & Doherty, A.R. (2014). Lifelogging: Personal big data, *Foundations and Trends in Information Retrieval*, 8 (1), 1-125.
- Kaptelinin, V. (2018). Activity Theory, *The Encyclopedia of Human-Computer Interaction, 2nd Ed*. [https://www.interaction-design.org/encyclopedia/activity\\_theory.html](https://www.interaction-design.org/encyclopedia/activity_theory.html). Erişim tarihi: 12.09.2019.
- Mutlu, M.E. (2014). Öğrenme deneyimlerinin yorumlanması. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3 (4), 21-45.
- Mutlu, M.E. (2015a). Öğrenme deneyimleri bağlam modeli, *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4 (3), 173-191.
- Mutlu, M.E. (2015b). Yaşam günlüğünün aktif kullanımı, *20.Türkiye'de İnternet Konferansı – İnet-Tr'15*, İstanbul Üniversitesi.
- Neo4j. (2018). *Neo4j Graph Database [Yazılım]*, <http://neo4j.com>. Erişim tarihi: 11.02.2020.
- Saint-Exupéry, A. (2015). *Küçük Prenses*, Erhan Kayaalp (Çev.). İstanbul: Agora Kitaplığı. (İlk baskı. 1943).
- Schacter, D.L., Gilbert, D.T. & Wegner, D.M. (2011). Semantic and episodic memory. *Psychology; Second Edition*. New York: Worth, Incorporated.
- Teraoka, T. (2011). A study of exploration of heterogeneous personal data collected from mobile devices and web services. *In Multimedia and Ubiquitous Engineering (MUE), 2011 5th FTRA International Conference* (s. 239-245). IEEE.
- Wang, F. & Hannafin, M. J. 2005. Design-Based Research and Technology-Enhanced Learning Environments, *Educational Technology Research and Development*, 53(4), 5-23.

## Extended Abstract

### Aim and Scope

An experience base is a personal knowledge base based on a context-experience semantic network derived from the ontology of life experiences captured by a life logging system and the accompanying contexts. Experience bases are derived from personal experiences and one is the sole actor of experiences. Narratives are sets of experiences in which more than one actor can be found, such as a story, fairy tale and novel, and a separate experience base can be obtained for each actor in a narrative. In this study, the adaptation of contexts and context - experience semantic network to the experiences of narratives, which are part of the "management of learning experiences" approach, are investigated. The developed method was evaluated by applying it on Antoine de Saint-Exupéry's world famous "Little Prince". In the Conclusion and Suggestions section of the study, narrative experience bases and the ideas of modeling narratives with experience base were conceptualized and their application areas were discussed.

### Methods

In this study, the proposition that life experiences context model related to life experiences and contexts accompanying experiences will be tested not only to life experiences but also to narratives. For this purpose, in the following sections, conceptual design including experience bases and narrative experience bases were realized. Then, a five-stage process was designed to obtain the experiences and contexts in a narrative, to incorporate the experiences and contexts into appropriate data structures, to associate these data structures with each other and to visualize the resulting context-

experience network. In the first stage of the process, the experiences in the narrative are determined, in the second stage the narrative contexts in the experiences are determined, in the third stage the timeline - event flow table of the experiences is formed for each actor in the narrative, in the fourth stage the context ontology is created for each actor, and in the final stage the actor - experience - context directional graph is formed. The developed process was tried by applying on the story of *Little Prince*.

## Findings

Through the applied process, it has been shown that the context model of life experiences can be applied not only to life experiences but also to narratives. As a result of this application, two important sets of findings were obtained. The first is the findings of the differences between personal experiences and experiences in narratives. The only actor in personal experience is the individual who has the experience. The narratives usually contain more than one actor and their stories. In personal experiences, since the individual does not intend to form a narrative, he often attempts to interpret stories, episodes, and activity-events in a discrete and unidirectional manner in terms of temporal sequence. In the narratives, because of the aim of immersiveness, interest and excitement, more than one intertwined story is frequently used, and in most cases, flash - back or flash - forward is used. The author may not consider the story, episode and activity-event flow when he divides the narrative. This shows that the author's segmentation should be canceled in the process of modeling the narrative, and the whole narrative should be arranged as consecutive sentences and the sentence should be taken as the smallest narrative element of the narrative. The second set of findings shows the differences between contexts in personal experiences and narrative contexts. In personal experiences, elements in the context of "people" are made up of real people. In narrative experiences, the narrator has unlimited flexibility in this subject and can be experience and these assets can be handled in the context contacted with all kinds of assets during the "people". In personal experiences, "places" can be any point on earth. Experiences in narratives can take place in all kinds of real, virtual and fantastic environments in the universe. "Events" may be events describing experience in personal experiences, as well as actions and procedures during the experience, if necessary. The same applies to narrative experiences. The activities performed by other people in a narrative during their own experiences are also incidents that the actor is exposed to from the perspective of the actor. "Behaviors" may be the activity that describes the experience in personal experiences, or may include all behaviors at a lower level during the experience. The narrator can also be the narrator of other people involved in the narrative experience, and the activities of one actor in the narrative will be events that other actors are exposed to. There is no structural difference between the "assets" used in narrative experiences and those in personal experiences. Only the presence of one experience in another experience and the presence of one person in another experience is not common in personal experiences, but is often encountered in narrative experiences. In personal experiences, the context of "features" is predominantly called "personal features" and is an extensive list of all the parameters that an individual can add to his or her curriculum vitae. This also applies to narratives. Emotions, feelings and moods that accompany personal experiences are often used in narrative experiences. But because narrators' literary abilities are more than those that describe personal experiences, unusual verbs or word games are often used. Once the context-experience network of the story has been achieved, it is up to the reader's creativity to use the network. The reader can examine the story in infinitely different ways on the network. For this purpose, it can examine the story more dynamically than a hard copy of static written text, with options such as shrinking - enlarging the network - focusing on a part of the network, hiding - displaying common contexts - dividing and merging the network, uploading the narrative to the network, or uploading the content in the narrative to the network.

## Conclusion

In this study, it has been shown that context - experience semantic network established with the help of the relationships between the contexts accompanying the personal experiences captured with the life logging can be formed not only for personal experiences but also for narratives. The narrative experience base of the story of the "Little Prince" consists of 2 actors, 4 stories, 20 episodes, 65 events / activities, seven different context variables for each actor and a total of 379 context values of the content variable, 507 nodes and 1156 connections of the context-experience graph. Although the acquisition of these elements differs from reader to reader (even when a reader reads the narrative at different times), it will ultimately form a model of the narrative for the relevant reading. The model of a narrative; it includes a knowledge base that shows exactly how each element of the narrative relates to other elements. This context-experience graph in the knowledge base allows visual narration of the narrative. By selecting a node on the graph, it is possible to see the narrative only from the point of view of an element. The common relationships between the elements contained in the narrative and which cannot be readily noticed in any free reading can be easily seen on the model. This allows the answer to complex semantic questions of the narrative. The timeline - story / episode / activity-event flow tables created during the acquisition of the plot allow the actors in the narrative to navigate through the timelines and experiences. Thus, it is easier to follow complex narratives. If a narrative is modeled in the mother tongue, it should be ensured that the model is also translated during the translation of the narrative. In other words, narrative models can be used as a means of improving accuracy in

the translation of narratives. Multi-user tools such as wiki can be developed to obtain narrative models of large volume narratives. Thus, by providing a consensus on the differences in detail and interpretation of the model, a common accepted narrative model can be created. In the application stage, advanced graphs can be designed by using the more advanced features of the directional graphing tools used to form the context - experience graph of the narrative. In the implementation, although there are timelines of actors and experiences in the spreadsheets, this function does not exist for contexts. It will be possible to see the temporal sequence of the experiences that include this context element with a query and a means of displaying the results in the timeline that will allow the timeline of a selected context to be displayed. Similarly, the ability to visualize the formation of the network or a focused portion over time will facilitate the reader to follow the narrative. Thus, it will be possible to visualize how the network evolves and becomes more complex with the addition of new nodes and connections. The model of a narrative consists of a set of certain values taken by the elements that make up that model. If it can be ensured that elements can take different values in their concept spaces in the narrative model, it will be possible to obtain different narratives with the same model. For example, instead of the story of the "Little Prince", a different story can be obtained, such as the story of the "Old Space Traveler", who has the same experiences but completely different context values. Using a graph database management system, the context - experience graph of the narrative model can be transformed into a semantic network and possible to it is make queries that make semantic inferences on this network. It is also possible to use narrative experience bases as a learning technology tool to facilitate the learning of narratives in educational processes. By publishing the narrative experience bases of the published works on the internet, publishers can benefit as a factor that increases the sale of the works.

# İslamcı Dergicilik: Vahdetin İçinde Bir Ses "İslam'ın İlk Emri Oku" Dergisi<sup>1</sup>

## Islamist Journalism: A Voice Inside Unity (Vahdet) The Journal of "İslam'ın İlk Emri Oku"

Hatice Budak<sup>2</sup>

### Öz

İslamcı düşüncenin lokomotifini olan İslamcı dergiciliğin geçirdiği evreleri 1960-1980 zaman aralığında temsil yeteneğine sahip pek çok dergiden biri olan "İslam'ın İlk Emri Oku" dergisinin betimlenmesi çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Çalışmanın amacı dergiyi temel nitelikleriyle tanıtmak, İslami neşriyat içindeki konumunu göstermektir. Oku dergisi Türkiye İmam Hatip Okulları Mezunları Cemiyeti tarafından çıkartılan Mart-1961 yılındaki ilk sayısı ile Konya'da yayın hayatına başlamıştır. Derginin yayın serüveni Eylül-Ekim 1979 tarihli 208-209 sayıları ile son bulmuştur. Çalışmanın yöntemi betimsel tarama modeli içinde yer alan genel tarama modellerinden "tekil tarama modeli"ne uygun olarak düzenlenmiştir. 1961-1979 yılları arasında çıkan toplam 209 sayı taranmıştır. Oku'da yayınlanan yazılar belli temalar ekseninde geliştirilen konu başlıkları altında sınıflandırılmıştır. Oku dergisine ait veriler SPSS programında çözümlenmiş ve tablolar oluşturulmuştur. Oku dergisinin yayınlandığı tarihsel dönem içinde kendine has bir okuyucu kitlesi oluşturduğunu, İslamcı hareketten hem beslenip hem de İslamcı düşüncüyü besleyerek yüklediği misyonu dönemi itibarıyla ifa ettiğini söyleyebiliriz.

**Anahtar Kelimeler:** İslamcı düşünce, İslami dergicilik, Oku dergisi.

### Abstract

Exploring the Journal of "İslam'ın İlk Emri Oku" (The First Commandment of Islam: Read), which is one of the most representative journals that could demonstrate the phases of Islamist journalism, which is the locomotive of Islamist thought, between the dates of 1960-1980, is the main subject of this study. The purpose of study is to introduce to the Journal with its all aspects, to show its status in Islamic publishing. The Journal of Oku has started to be published in Konya by the Turkey İmam Hatip Alumni Association and the first issue was published in March-1961. The publishing adventure of the Journal has finished with the 208-209th issues published in September-October 1979. The method of this study has been arranged according to "singular scanning model", which belongs to general scanning models of descriptive scanning model. In total, 209 issues published between the dates of 1961-1979 have been scanned. Articles published in Oku have been classified under some specific themes. Data obtained from the Journal of Oku has been sorted on SPSS programme and tables have been generated through this programme. We can say that the Journal of Oku created a readership in the historical period as it was published, and performed a certain mission in its period by both feeding and had been fed by Islamist movement.

**Keywords:** Islamist thought, Islamic journalism, Journal of Oku

### Araştırma Makalesi [Research Paper]

**Submitted:** 19 / 09 / 2019

**Accepted:** 12 / 02 / 2020

<sup>1</sup> Bu çalışma, 22-24 Ekim 2018 tarihinde Konya'da gerçekleştirilen II. Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Araştırmaları Sempozyumu'nda sözlü olarak sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, KTO Karatay Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, [hatice.budak@karatay.edu.tr](mailto:hatice.budak@karatay.edu.tr), Orcid: 0000-0002-9815-9997

## Giriş

Türkiye’de İslamcılık düşüncesinin II. Meşrutiyet ile başladığı kabulüne aynı dönem içinde Sırât-ı Müstakim/Sebilürreşâd dergisinin yayınlanmaya başladığı bilgisini eklediğimizde Türkiye’de İslamcı düşüncenin dergicilikle sıkı bir ilişkisi olduğunu söyleyebiliriz.

İslamcı dergiler, İslamcılık düşüncesinin entelektüel ve siyasi tartışma zemininde geniş bir argümanla sürdürülmesine dolayısıyla İslamcılık düşüncesinin zaman içinde eriyip yok olmamasına katkı sağlamışlardır. Tarihsel olarak yayın hayatına başlayan her bir dergi kendine özgü bir karaktere sahip olmakla birlikte bütünüyle arı bir girişimde değildir. İslamcı dergiler arasındaki bağlantılar, süreklilikler ise basit bir fikri tekrar olarak değerlendirilmemelidir. İslamcı dergilerde geçmişin tecrübî birikimleri gözlenebileceği gibi bu köklü birikimin şu anın sorularına ve geleceğin ideallerine yanıt olabileme potansiyeli taşıdığı da mütalaa edilebilir. Bu anlamda İslamcılık bakiyesinde var olan herhangi bir dergiyi izlemek paradigmatik sürekliliklerin, kırılma ve kopmaların, yeniden doğuşların, özgünlüklerin izlerini sürmek demektir. Hülasa “hikmet” ve “vahdet” güzergâhında İslamcı düşünce ve dergiler öncelikle var oldukları zamanın iç ve dış amillerine bağımlı, birbirleri ile kesişen ve farklılaşan yönleriyle özgünleşen “ses”lerdir.

Ahmet Köroğlu (2016: 6), İslamcı düşüncenin serüvenini beş dönem içinde kategorize etmiştir. Bu dönemleştirmeye göre Oku dergisi yayınlandığı 1961-1979 yılları itibariyle dördüncü dönem (çeşitliliğin belirginleştiği) içinde yer almaktadır. Oku dergisi, İslamcı düşüncenin vahdet ve kenetlenme arzusuna rağmen çeşitlik ve farklılık yönünde geliştiğinin izlerini sürebileceğimiz önemli dönem dergilerinden ‘bir’ tanesidir. İslamcı düşüncenin periyodik olarak takip ettiği her bir dönemin birbirine aktardığı süreklilikler dikkate alındığında Oku dergisinin ilk üç dönemden izler taşıdığı ve beşinci döneme fikri miraslar bıraktığı ifade edilebilir.

Çalışma ilk olarak 1980'lere kadar İslamcılık düşüncesi ile İslamcı dergiciliğin seyrüseferini genel hatlarıyla tanımlamakla başlayacaktır. Bu seyl-i huruşan-ı zamanda “İslam’ın İlk Emri Oku” dergisinin konumu, sınırları, tekilliği kritik edilerek derginin künye bilgileri, yazar ve konu fihristi aktarılacaktır. Akabinde Oku dergisinde yıllara göre öne çıkan bazı konular dönemin sosyo-politik şartları ile ilişkilendirilerek analiz edilecektir. Bu bölümde Oku dergisinin dönemin İslamcılık düşüncesi ve diğer İslamcı dergiler ile kesişim noktalarının belirlenmesi, vahdetin içinden farklılaşma ve çeşitlenmeye doğru giden süreç tasvir edilmeye çalışılacaktır. Çalışma da son olarak elde edilen veriler paralelinde Oku dergisi genel hatlarıyla değerlendirilecektir.

## 1. Türkiye’de “İslamcılık Düşüncesi”nin Seyri

“İslam’ın İlk Emri Oku” dergisinin İslamcı dergicilik içindeki yerinin anlaşılması, İslamcılık düşüncesi ile olan karşılıklı etkileşimi ile ilintili olduğundan çalışmada İslamcılık düşüncesinin 1908-1980 arasındaki seyri genel hatlarıyla verilecektir.

İslamcılık, hem tanımlanması hem de Türkiye’nin sosyo-kültürel, siyasi yapısı içinde dönemselleştirilmesi oldukça zor bir kavramdır. Kavramın tanımlanmasındaki zorluk literatürde İslamcılıkla ilgili birbirinden farklı tanımlarla karşılaşmamıza neden olmaktadır. İslamcılık ile ilgili tanım ve dönemselleştirmelere bakıldığında monolitik bir İslamcılıktan söz edilemeyeceği anlaşılmaktadır.

19. yüzyılda Batı karşısında otoriteryan gücünü kaybeden, gerileyen ve çöküşe doğru yol alan Osmanlı devletini hezimetten kurtarmak isteyen aydınların geliştirdiği üç tarzı siyaset olarak bilinen projelerden biri olan İslamcılık temelini, selefi olan Osmanlılık akımının başarısızlığından ve Müslüman tebaanın yeniliklere olan tepkisinden alır ve II. Abdülhamit tarafından devlet politikası haline getirilir. İslamcılık geleneksel bilgi kaynaklarına sahip çıkarak devleti muhafaza etmeyi ayrıca toplumsal yapıdaki mevcut yaşam tarzına İslami bir eleştirinin veya reform hareketinin formülü olarak tanımlanabilir (Kurtoğlu, 2004: 202).

İslamcılık; 19. ve 20. yüzyılda İslam âlemini rasyonel bir yöntemle Batı’nın zulüm ve sömürsünden, zalim ve müstebit yöneticilerden, yanlış inançlardan, taklitlerden kurtarmak; İslam dinini dünyada yeniden etkili hale getirmek, medenileştirmek için modernizmle etkileşimli ve eklektik biçimiyle siyasal; fikri, ilmi çalışmalara bağlı olarak geliştirilen çözümleri ve eylemi içeren bir hareket (Kara, 1986: 15) olarak tanımlanabilir.

İslamcılığın temel sorusu, müslüman kalarak modernleşme sürecine nasıl uyum sağlanabileceği veyahut içinde yaşanılan modern çağda nasıl müslüman kalınacağı/olunacağı sorusudur. Bu bağlamda İslamcılık düşüncesi her dönemde İslami bir yaşam tarzı, toplumsal ilişkiler düzeni, yeni bir ahlak anlayışı ortaya koymuştur (Yetim, 2017: 13-14).

V. Işık (2016: 175), İslamcılık düşüncesinin çıkış önermelerini şu şekilde hülasa etmektedir:

1- Mevcut durum, müslümanların hakiki müslüman olmamalarından ötürü içine düştüğümüz arızî bir durumdur. Bunun için öncelikle kendi zaafılarımızı tamir etmemiz gerekmektedir.



2- Batı nüfuzu ve işgali zaafılarımızı beslemektedir. Dolayısıyla Batı'ya karşı mirasımızla yenilenme çabası ile bir tahkimat oluşturmalıyız.

3- İttihad-ı İslam olmadan bir başarı elde etmemiz mümkün değildir.

Osmanlı'dan Cumhuriyet'e kadar İslamcılık "kurtarıcı" bir görev üstüne inşa edilmiştir. Asırlardır zaferden zafere koşmuş, kendine güveni tam bir siyasi, sosyal ve kültürel yapının küfür karşısında mağlubiyeti sadece devletin değil devlet ile zorunlu bağları olan İslam'ında mağlubiyeti anlamında okunmuştur(Kara, 2004: 36). İslamcılık, geleneğin olumsuz bakayasından arındırılmış ana kaynaklara dönme anlamında asıl olan dinin ipine sarılma şeklinde hem İslam'ın hem de devletin yıkıcı bir zilletten kurtuluş reçetesi olarak görülmüştür.

İslamcılık düşüncesi, Osmanlı'nın kurtuluş projesini, Batı'nın bilim, teknik ve kurumsal yapısının üstünlüğünün kabulü ve takip edilmesi ancak Batı'nın dini ve ahlaksal eleştirisi, İslam'ın dinamik yanı olan içtihat geleneğinin bertaraf edilmesi ile ortaya çıkan kolektif ataletin kritiği ile İslam'ın ilerlemeye mani olmadığını ispatı üzerinden formüle etmiştir. İslamcılık, İslam'ın asıl kaynaklarına geri dönülerek devletin içinde bulunduğu krizlere çözüm üretebileceği inancıyla hareket sahasını oluşturmuş ve Müslüman halkı bu hareket sahası içinde birleştirebileceğini (İttihadı İslam) murat etmiştir. İslamcılık, Türkçülük ve Batıcılık fikirleri ile Batı'nın fen ve tekniğinin model alınarak Osmanlı devletinin kurtuluşu arasında kurdukları bağ anlayışını da paylaşmıştır.

Batı'nın maddi ilerleyişi karşısında gerilemenin sebebi olarak İslam dininin telakki edilmesi İslamcılık düşüncesinin savunmacı bir dil kullanmasının sebeplerinden biridir. Batı karşısında İslam'ı savunmaya yönelik bu tavır hikmetin kaynağının hatta Batı'yı ortaçağın karanlığından aydınlığa çıkaran ivmenin İslam'ın ta kendisi olduğunu iddia etmeye kadar gitmiştir. İslamcı düşünce, Batının fen ve teknikte ilerleyişine rağmen ahlaki bir çöküşe sürüklendiğine, Batı'nın selametini muştulayacak ilahi bir kaynağa sahip olmamasına karşılık Doğu'nun aslına rücu ettiğinde selameti getirecek ilahi bir kaynağa sahip olduğuna dair bir dizi savunmacı stratejiler üretmiştir.

İslamcılık düşüncesinde İslam-Batı ilişkisinin mihenk taşı, II. Meşrutiyet'te ilk işaretleri görülen ve Cumhuriyet döneminde de sürdürülen medeniyet söylemidir. İslam medeniyeti, Batı modernitesine alternatif bir model oluşturmanın temelini oluşturmuştur (Duran, 2004: 150-151).

İslamcılık düşüncesinin seyrüseferindeki uğraklarından biride milliyetçilik-muhafazakârlıktır. İslamcılık akımının Türklük/millilik anlamında milliyetçilikle bağı geçmişe dayanmaktadır. Nitekim Ünüvar'ın (2002: 132) belirttiği gibi Osmanlı entelijensiyası tarafından geliştirilen Osmanlıcılık, İslamcılık ve Türkçülük keskin çizgilerle birbirinden ayrılmış kesimler tarafından temsil edilmiş değildir. Özellikle İslamcılık ve Türkçülük arasında devamlı bir ilişki olagelmiş ve bu ilişkiden birbirlerini zihni ve siyasi olarak etkilemiş anlamlı bir terkip ortaya çıkmıştır. Günümüzde dâhil olmak üzere Türk milliyetçiliğinin terkinde İslamcı dozun oranını en iyi gösteren örnekleri II. Meşrutiyet döneminde öne sürülen ve kritik edilen fikirlerde görmek mümkündür (Akgün ve Çalış, 2002: 591). Bu terkip tersten İslamcılık düşüncesinde var olan milliyetçi doz içinde geçerlidir. Bunlara bağlı olarak Türkçülük ve İslamcılık arasında temel bir çatışmadan ziyade aynılığın olduğu görülmektedir (Akgün ve Çalış, 2002: 588).

Tek partili dönemde laik cephede kalma ısrarı ile milliyetçiliğinin İslamcılıkla bağı kopmuştur. Türk milliyetçiliğinin oluşum sürecinde cemaat anlayışından kavim anlayışına geçiş kaçınılmaz olduğu ve ideolojinin tutarlığı için Türk milliyetçiliği İslam ile ilişkilerini koparmak zorundadır. Ancak 1945 sonrası CHP iktidarının laiklik anlayışını esnetmesi ve İslam ile ilişkisini yeniden kurmaya çalışması neticesinde artık bir tehdit ve tehlike olarak algılanmaktan çıkan İslam ögesi ile Türk milliyetçiliğinin yeniden müttefik olmaya hazırlandığı söylenebilir. Bu, toplumun geleneksel kültürü açısından da bir nevi gerekiydi. Çünkü geleneksel İslami değerler toplumun geniş kitlelerince Türk milliyetçiliğinin söylemleri ile kıyaslandığında daha kolay kabul edilmekteydi. Şimdi yapılacak şey bu iki fikri birbirinin karşısı olmaktan çıkarıp Türk milliyetçiliği ile İslamcılığı kaynaştırabilmektir. İktidarın denetimi altında var olmaya çalışan İslamcılıkta, kendini tam olarak ifade edemediğinden iktidar tarafından daha kabul edilebilir bir söylemle (milliyetçilik) ittifak kurmayı tabii olarak görmüştür. Türk milliyetçiliği ve İslamcılığın buluşmasında geçmişteki birleşmeler ve kopmalarda tecrübe edildiği üzere toplumun iç dinamikleri ve uluslararası aktörlerde etkili olmuştur. Türkiye'nin Sovyet tehdidine karşı Batı bloğunda ama özellikle ABD'nin çemberinde kalması, Soğuk Savaş yıllarında komünizmle mücadelede sadece Türk milliyetçiliğine dayanmanın yetersiz kaldığının fark edilmesi ile İslamcılık, iktidarın Sovyetler Birliği'ne karşı kozu olacaktır. İki fikrin buluşma ve kaynaşma noktaları bu minvalde hala devam etmektedir (Koçak, 2002: 609).

İslamcılık ve muhafazakârlık/milliyetçilik arasında ortak paydaların çokluğuna rağmen İslamcılık düşüncesini diğerlerinden ayıran ana hususun dini, kültürün bir unsuru olarak değil asli ögesi olarak görmek, İslami devrim ve devlet beklentisi taşımak (Duran, 2004: 154) olduğunu yeri gelmişken belirtelim.

Osmanlı devletinde siyasi bir proje olarak kendine yer edinen İslamcılık, Cumhuriyet döneminde tasfiye edilerek kamusal alandaki birçok geleneksel kurumunu kaybetmeye başlamıştır. Cumhuriyetin aşkın devlet anlayışına muhalefetin mümkün olmadığını idrak eden İslamcılar bu vakitten sonra birbiri ile senkronize iki hareket tarzı geliştirmişlerdir. İlki, kapıların açık

olmadığı dönemlerde kapıları zorlamak değil fakat dini ve geleneksel öğeleri, kalıpları muhafaza edip sürdürmek. İkincisi çoğunlukla zaruriyetler dolayısıyla kapılar aralandığında bu aralıktan mümkün olan en üst seviyede faydalanmaktır (Kara, 1998: 258).

N. Subaşı'na (2004: 220) göre de 1923-1945 arası iktidarın gerçekleştirilen inkılâpların korunması için gösterdiği kararlılığın idrak edilmesi, İslamcı fikrin aktörlerini bu koşulları doğru okumasını zorunlu kılmıştır. Bu şartlar altında İslamcılık ve neşriyat, söylem ve ritüel kaybı, sindirilmişlik, periferide kalma, korku gibi itkilerle uzun süre kendi kabuğuna çekilecek ve orada yeni biçimlere gebe olarak demlenecektir. Bu süreçte dinsel yapılanmaların temel hedefi ülkenin mevcut şartlarında ortaya çıkabilecek bir kaybolma riskini en aza indirmek olacak adeta kapalı bir grup şeklinde varlıklarını sürdürmeye çalışacaklardır.

1946'da çok partili siyasi hayata geçişle birlikte din, muhalefet partisinin siyasal diline girecektir. 1950'de Demokrat Parti, dindar kesimin uzun zamandır biriken taleplerini siyasal olmasa da toplumsal talepler olarak programına ekleyerek iktidara gelecektir. Bu değişiklik İslamcı düşüncenin yeniden dile getirileceği görel bir özgürlük sahası açacaktır (Kurtoglu, 2004:212).

Tek parti döneminin kalıntıları içinde gelişen özgürlük ortamı İslamcı düşünce için gerçekten görel bir hürriyettir. Zira Demokrat Parti'de başta laiklik olmak üzere Türkiye Cumhuriyeti'nin temel ilkelerine sadıktır. Demokrat Parti programında dine siyasal yapının merkezine yerleşmesi gereken bir güç olarak değil toplumsal/kültürel bir söylem olarak yer vermiştir. Bu kısıtlılığa rağmen çok partili dönemin sunduğu özgürlük İslamcı düşüncenin nefes alıp dirilmesine ve kamusal alanda görünürlük kazanmasına olanak tanımıştır.

Çok partili yaşama birlikte Türkiye'de İslamcılık akımının temel vasıfları devletçi, milliyetçi, muhafazakâr ve sağcı (Türkmen, 2011: 144) değerlere dayanmaktadır.

1960'larla beraber İslamcılık düşüncesi iç ve dış dinamiklere bağlı olarak bir canlanma daha yaşayacaktır. İç dinamikler olarak Türkiye'de köyden kente olan yoğun göç ile belirginleşen İslam-kentleşme bağlamında netleştirilmesi gereken sorular, farklı kimlikleri temsil eden çeşitli siyasal partilerin kurulması, özellikle kent yerleşkelerinde cemaatler, tarikatlar ve İslami grupların belirmesi, İmam Hatip Okullarının ve Yüksek İslam Enstitülerinin açılması sayılabilir. Dış dinamikler olarak Mısır, Pakistan'da gelişen İslamcı hareketlerin ve tercüme faaliyetlerinin Türkiye'ye etkisi zikredilebilir. Bu dinamiklerle hem neden hem sonuç bağlamında ilintili olarak İslamcı dergicilik ve neşriyatta da bir canlılık yaşanacaktır. 1960'lardaki İslami atmosferi önceki dönemlerden farklı kılan ise kendi öz mecrasında farklı eğilimleri de içinde barındırarak özgüvenle ilerleme göstermiş olmasıdır (Koroğlu, 2016: 14-15).

1960 darbesi İslamcı düşünceyi sekteye uğratsa da Türkiye'nin toplumsal koşulları (özellikle komünizm tehdidi) devlet ile dinin yollarını bir kez daha keşiştirecektir. Bu keşişme anında komünizm illetine karşı dine daha fazla kucak açan devlet İslam'ın siyasal bir işlev kazanmasının önünü açmış bir nevi 1960 sonrası İslamcı düşüncenin kimliksel dönüşümüne katkı sağlamıştır.

İslamcılık uzun bir süre Türkiye'de (Osmanlı'dan Cumhuriyet döneminde aldığı biçimlerle) kendisini ve taleplerini siyasi bir dille formüle etmekten kaçınan ayrıca diğer İslam toplumlarındaki hareketlerle bağ kurmaktan uzak bir girişimi temsil etmiştir. 1960'tan sonra Türkiye'deki görel özgürlük ortamında İslamcılık, öncelikle çoğu Arapçadan yapılan tercümeyle hem kendi mecrasında siyasi bir dil eğitimine başlamış hem de diğer Müslüman toplumlarla ümmet fikri ile yoğun bir biçimde tanışmıştır (Çiğdem, 2004: 28).

İslamcılık toplumsal bir hareket olarak kendisini yerel olarak konumlandırıp kazanımlarını yerelde düzeyde biriktirip siyasal alanda bu özelliğiyle yer alırken fikri bir hareket olarak ise daha evrensel kaygıları olan ve bu kaygıları gündemde tutmaya çalışan (Çiğdem, 2004: 28) bir gelişim seyri izlemiştir.

1960'lı yılların ilk yarısına kadar çoğu kez dernek, dergi vb. ortak zeminlerde birlikte hareket eden İslamcılar ve Türkçüler farklı siyasal partiler kurup farklı zeminlerde örgütlenmeye başlamışlardır. İslamcılık, 1969'da bağımsız milletvekili olarak meclise giren N. Erbakan'ın 1970'de Mili Nizam Partisini kurmasına müteakip yıllardır destek verdiği sağ partilerden kopmaya başlayacaktır. Milliyetçi ve mukaddesatçı fikirler ve siyasi aktörlerle bağı kırılan İslamcılık düşüncesi merhale merhale ümmetçi/evrensel ve siyasal talepleri olan bir din anlayışını müdafaa etmeye başlayacaktır.

1970'li yıllarda milliyetçi ve İslamcı söylemler saflarını ayırıştırmaya başlarken süreç içinde zaman zaman açık bir zıtlıkla ile karşı karşıya kalacaklardır. Ancak bu zıtlık her iki akımın söylem ortaklığını, aynı halk kitesine hitap etmelerini değiştirmemiş dolayısıyla her iki akım arasındaki organik veya gönüllü bağ devam etmiştir.

Türkiye'de 1980'li yıllara doğru İslamcılık düşüncesi, kamusal alanda kamusal taleplerle, siyasal alanda çevreden merkeze doğru sivil ve siyasi örgütlenmelerle görünürlüğünü artırarak yoluna devam edecektir.

## 2. İslamcılık Düşüncesinin Sesi: “İslamcı Dergiler”e Tarihsel Bakış

Türkiye’de İslamcılık düşüncesinin dönemselleştirilmesi hususunda farklı sınıflandırmalar mevcuttur. A. Köroğlu’nun, İslamcılık düşüncesi ile İslamcı dergiler arasındaki etkileşimi dikkate alarak yaptığı sınıflandırma çalışmamız için pragmatik olduğu için ana çatı olarak tercih edilmiştir. Köroğlu’nun dönemselleştirmesi keskin ve katı sınırlara sahip değildir ancak İslamcılık düşüncesinin tek bir seyre ve yoruma sahip olmadığını göstermesi açısından önemlidir.

A. Köroğlu’nun (2016: 6-40) İslamcılık düşüncesini ve İslamcı dergilerin tarihsel gelişim sürecini kategorize ettiği beş dönem şöyledir:

1- 1908-1925 arası dönemi “ilk karşılaşma ve yüzleşme” olarak nitelendirmektedir. Bu dönemin öne çıkan en etkili İslamcı dergisi Sırat-ı Müstakim/Sebilürreşad’tır. Bu dönemde dergicilik serüveni görece iyi bir düzeydedir. Neşredilen İslamcı dergilerde aynı konuların İslamcılık perspektifinden oldukça farklı şekillerde işlenmesi dönemin en karakteristik özelliğidir. Bu özellik bilhassa 1960’larda İslamcı düşüncede görülecek olan çeşitliliğin tarihsel kökenidir.

2- 1925-1943 arası İslamcılık düşüncesinin “yasaklandığı ve geri plana çekildiği” dönemdir.

1923-1945 arası İslamcı yayıncılığın en zayıf kaldığı dönem olmasının nedenleri arasında iktidarın dini referans alan söylemlere müsamahasının kalmaması, Osmanlı bakayası ile ilişkilendirilebilecek ve yükselebilecek herhangi bir fikre açık kapının bırakılmak istenmemesi dolayısıyla Cumhuriyet reformlarının koşulsuz ve kesintisiz sürdürülmesi konusundaki kararlılığının net olması sayılabilir. 29 Mayıs 1923’te İstiklal Mahkemelerinin kurulması ve 19 Mart 1925’te çıkarılan Takrir-i Sükûn yasası ile İslami söylem ve neşriyat kademeli olarak sosyal ve siyasi yapıdan tasfiye edilmiştir.

1943’te Dâhiliye Vekaleti Matbuat Umum Müdürlüğü’nün, Müdür Vedat Nedim Tor adıyla yayınladığı yazısı, 1923-1945 arasında iktidarın İslamcı neşriyata karşı tutumunu özetlemektedir. Bu yazıda yer alan “bizler ne şekil ve ne surette olursa olsun memleket dâhilinde dini bir neşriyat ile dini bir atmosfer oluşturulmasına ve gençlik için dini bir zihniyet fideliği vücuda getirilmesine taraftar değiliz” (Başgil, 2016: 6) ifadelerinden yeni rejimin dini kontrol altına alma çabasında olduğunu ve bu amaç üzere dini neşriyata belirli sınırlar dâhilinde resmi bir yayın faaliyeti olarak izin vereceği anlaşılmaktadır. Özellikle iktidar, Diyanet İşleri Reisliği aracılığıyla dini alanı kontrol etmek istemiş, modernleşme projesi ile güdümlü bir din anlayışını işlevsel kılmaya çalışmış, İslam’ı kişisel/vicdani bir tercihe yerleştirecek yayınların koordinatörlüğünü yapmıştır.

İ. Kara’ya göre 1945’e kadar sosyal bir vaka olarak değerlendirilebilecek bir dini yayıncılıktan söz etmek mümkün değildir (Kara, 1985: 154). Bununla birlikte dönemin ağır yaptırımları altında İslamcı dergicilik geleneğini yaşatmaya çalışan isimlerin ve çıkarttıkları dergilerin (N. Topçu/Hareket/1939, N.F. Kısakürek/Büyük Doğu/1943,) yakın gelecekteki İslamcı düşünce ve dergicilik üzerinde belirleyici bir rol oynadıklarına da şerh düşülmelidir.

Bu dönem, İslamcılar için tamamen sindirilme olarak değil mevcut durumu analiz ederek, o ana kadar olan fikri birikimi ve İslam’ın Türkiye’de yeniden nasıl konumlandırılacağını telakki ettikleri bir dönem olarak değerlendirilmelidir.

3- 1943-1960 arası, “İslamcı düşüncenin ve neşriyatın tekrar ortaya çıktığı ve öncü çalışmaların yapıldığı” dönemdir. Tek parti dönemindeki yumuşama ile İslamcı düşünürler kendilerine yeni/farklı bir güzergâh belirlemeye ve hedeflerine ulaşmak için dergi yayıncılığına tekrar başlayacaklardır. Bu dönemde çıkan dergilerin en belirgin özellikleri dergi isimlerinin dini referanslarla seçilmesi, dergi statüsünün “dini, ahlaki, ilmi, edebi” gibi kelimelerle tanımlanarak bir temkin politikası üzerinden yayın yapmaları, ikinci dönem (1925-1943) zarfında kaybedileni kazanmak veya hatırlamak üzere “temel dini bilgilere” ağırlık vermeleridir.

1923-1960 arasındaki iki aşamalı İslami neşriyatın genel bir değerlendirilmesi yapıldığında söz konusu yayınlarda yön, tercih, teamül açısından bir belirginlik bulunmamaktadır. Bu dönemde İslami yayınlarda, İslam dini genel olarak rasyonel bir bakış açısıyla ele alınmış dinin özü ve naslarından ziyade toplumsal ve bireysel faydaları üzerinde durulmuştur (Kara, 1985: 155-156). Osmanlı mirası olarak devralınan İslamcılık anlayışının tekerrürü şeklinde tezahür eden bu dönemin İslami neşriyatı, reel sorunlarla ilgilenmek, özgün, ısrarcı, kalıcı çözümler üretmekten ziyade Batı eleştirisine odaklanmış savunmacı ve duygusal açıdan coşkulu bir dili kullanmaya devam etmiştir. Bu yazın dilini kullanmak bilinçli bir tercih midir kestirmek zor olmakla birlikte dönemin katı politik uygulamaları içinde sıkışık kalan bir halka İslami hissiyatı ve heyecanı unutturmak şeklinde değerlendirilebilir.

1945-1960 arası İslamcı dergiciliğin en belirgin özelliği değişken ilgileriyle birbirlerinden farklılaşarak giderek kendi çizgisini oturtmaya çalışan bir çaba içinde olmasıdır. Çok partili hayatla birlikte İslam merkezinde oluşan hareketler, kökenlerindeki klasik İslamcı damardan farklı bir gelişmeyi tahayyül etmişlerdir. Ancak İslami neşriyat toplumsal-politik konumunu ve stratejisini netleştirmek için 1960’lı yılların kendine özgü koşullarını bekleyecek ve nihayet 1970’lerin sonu ile 1990 arasında rafine edilmiş bir referans sistemi üretmenin mümkün yollarını bulmaya başlayacaktır (Subaşı, 2004: 227).

4- 1960-1980 arası, İslamcı düşüncede “çeşitlenme ve farklılaşmanın” yaşandığı dönemdir.

A. Öz'e göre (2016: 74-95-97) 1960'lar İslamcı dergilerin Türklük ve mukaddesat ekseninde şekillenen yayın politikaları, birlik ve bütünlük telakkisi içinde olduklarını doğrulamaktadır. Ancak Öz, 1960-1980 arası dönemi İslamcı dergilerin özelde kenetlenme, birlik, vahdet arzusunda olmakla birlikte bunu imkânsız kılmaya matuf bir tarz ve içerikle şekillendiğini, çoğu kez dergilerin çıkış süreçlerindeki niyetlerini gerçekleştiremediklerini, 1970'ler itibarıyla "zümreler arası çekişmelerin", husumet ve hüsrana dönüştüğü bir dönem olarak da değerlendirmektedir.

İslamcı düşüncede bloklaşmaya doğru giden süreçte, İslamcı düşünce ve dergiciliğin fikri gelişmesinde katkıları yadsınamayacak tercüme faaliyetlerinin akisleri de etkili olmuştur. Buna ilaveten 1970'lerde vahdet ve kenetlenme idealinde görülen parçalanmalar, İslam'ın siyaset zeminindeki temsili ile daha da keskinleşecektir.

Bu zaman aralığında Türk siyasi yaşamında yaşanan değişimler, Milli Türk Talebe Birliği'nin 1965 Genel Kurul'undan sonra milliyetçi-mukaddesatçı kesime geçmesi, 1970 tarihinde Milli Nizam Partisinin akabinde 1972'te Milli Selamet Partisi'nin kurulması, 1970'lerde Akıncılar grubunun oluşması vb. gelişmeler ile nesil yetiştirme amaçlı, siyasal kulvarda aktivizmi ön plana çıkaran, sistem karşıtı bir çizgiye evrilen bir dergicilik anlayışı bu dönemin ayırt edici özellikleridir.

5- 1980-2002 arası, İslamcı düşünce ve neşriyatta bir önceki dönemde görülen "çeşitlenmenin belirginleştiği ve derinleştiği" dönemdir. 1980'li yılların dergiciliğinde büyük ölçüde İslami bir devlet ve toplum modelinin oluşturulmaya çalışıldığı politik ve aktivist bir eğilim hissedilmektedir.

1990'lı yıllar boyunca dergiciliğin felsefi ve entelektüel dinamizme evrildiği, reflektif düşünceyi metot olarak kullanıp paradigmasını çoğulcu bir atmosferde konumlandırma çabaladıkları söylenebilir.

A. Köroğlu'nun sınıflamasına göre Oku dergisi yayınlandığı 1961-1979 yılları itibarıyla dördüncü dönem (çeşitliliğin belirginleştiği) içinde yer almaktadır. Çalışmanın bu bölümden sonraki aşaması, Oku dergisinin İslamcı düşünce ve dergicilik içindeki yeri ve bağlantılarına yönelecektir.

### 3. Araştırmanın Metodolojisi

#### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Türkiye'de yayınlanan her bir dergi belli bir ihtiyaçtan ve o ihtiyacı karşılamak gayesiyle doğmuştur. Ayrıca her bir dergi yayınlandığı tarihsel dönemin ulusal ve uluslararası değişim dinamiklerinin aynası vasfına haizdir. Bu anlayıştan hareketle İslamcı düşüncenin lokomotifini olan İslamcı dergiciliğin geçirdiği evreleri 1960-1980 zaman aralığında temsil yeteneğine sahip pek çok dergiden biri olan "İslam'ın İlk Emri Oku" dergisinin betimlenmesi çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Oku dergisi sahiplendiği ilkeler ve üstlendiği misyon açısından incelenmeye değer bir dergidir. Bu gereklilik üzere **çalışmanın amacı** "İslam'ın İlk Emri Oku" dergisini temel nitelikleriyle tanıtmak, İslami düşünce ve neşriyat içindeki konumunu göstermektir. Bu hedef özelde Oku dergisinde saklı olan ham verinin açığa çıkarılıp işlenmesine genelde ise İslamcılık düşüncesi ve İslamcı dergilerin aralarındaki simbiyotik (tamamlayıcı) ilişkinin sunulmasına böylece dönemin ethosunun anlaşılmasına yardımcı olacaktır.

Oku dergisi, kesintisiz 18 yıl süren yayın hayatı ile İslamcı dergicilik içinde önemli bir yere sahip olmasına rağmen dergi hakkında akademik çalışmaların yapılmadığı görülmektedir. Bu çalışmanın önemi, alandaki eksikliğin giderilmesine katkı sağlamak, dergi hakkında betimleyici çıkarımlara ulaşarak yeni akademik çalışmalara başlangıç noktası oluşturulabilmektir.

#### 3.2. Araştırmanın Yöntemi ve Verilerin Toplanması

Çalışmanın yöntemi betimsel tarama modeli içinde yer alan genel tarama modellerinden "tekil tarama modeli"ne uygun olarak düzenlenmiştir.

Genel tarama modeli; çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacıyla evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup örnek ya da örneklem üzerinde yapılan tarama düzenlemeleridir. Genel tarama modelleri içinde değerlendirilen Tekil tarama modelinde ilgilenilen konu, birim veya duruma ait değişkenler tek tek, ayrı olarak betimlenmeye çalışılır (Karasar, 2012: 79). Araştırma modeline uygun olarak 1961-1979 yılları arasında çıkan toplam 209 dergi konu, yazar ve künye bilgileri temelinde taranmıştır.

Oku'da yayınlanan yazılar belli temalar ekseninde geliştirilen konu başlıkları altında sınıflandırılmıştır. Bu işlem ile konu başlıkları azaltılarak istatistikî işlemlerde anlamlı sayısal sonuçlara ulaşmak amaçlanmıştır. Oku dergisine ait veriler SPSS programında çözümlenmiş ve tablolar oluşturulmuştur.

#### 4. Araştırmanın Bulguları: Oku Dergisini Yeniden Okumak

##### 4.1. “İslam’ın İlk Emri Oku” Dergisinin Çıkışı ve Genel Özellikleri

1960’larla beraber Türkiye’de İmam Hatip Okulları’ndan ve Yüksek İslam Enstitüleri’nden yeni mezun olmuş, uzun zamandır din eğitiminden mahrum kalmanın iştiahiyla Türkiye’de din adına neler yapabileceğinin kaygısını taşıyan bir grup ilmi bir hareketin başlatıcıları olmuştur. Kendilerini İslam’a vakfetmiş bu kişiler, Türkiye’de çeşitli dergilerin çıkmasına da öncülük etmişlerdir (Koroğlu, 20016: 27). İşte Oku dergisinin çıkış hikâyesi de bu bağlamda değerlendirilmelidir. İmam Hatip Okullarından ve Yüksek İslam Enstitülerinden mezun veya okuyan gençlerin katkılarıyla İslam adına hizmet etme şiarı ile yayın hayatına başlamıştır.

“İslam’ın İlk Emri Oku” dergisi kapağında yer alan tanımlamayla “dini, içtimaî, edebî” aylık (bir) mecmuadır. Dergi, çok partili hayatın getirdiği kısmi demokrasi ortamında “Türkiye İmam Hatip Okulları Mezunları Cemiyeti” adına dergi sahibi Mustafa Pektut ve Mesul Müdürü Halit Güler tarafından Konya’da çıkartılan Mart-1961 yılındaki ilk sayısı ile yayın hayatına başlamıştır. Oku dergisinin ilk sayısı 16 sayfa olarak basılmıştır

Derginin ilk 6 sayısı Konya’da İleri Basımevi tarafından basılır. Daha sonra derginin basım yeri Ankara olacaktır. Derginin 25-143. sayıları (Nisan 1963-Mart 1974) İstanbul’da Ahmet Sait Efendi Matbaasında basılır. Dergi, sayı 144 (Nisan 1974) ile tekrar Konya’da Yeni Kitap Basımevi tarafından çıkarılacaktır. Derginin birleştirilmiş son sayıları 208-209 (Eylül/Ekim 1979) Konya’da Akın Basımevi tarafından basılmıştır.

Oku dergisinin son sayısında İmam Hatip Okulları Mezunları Cemiyeti adına dergi sahibinin Hasan Tekelioğlu ve Yazı İşleri Müdürü’nün Ali Mennan Mennanoğulları olduğu görülmektedir. Oku dergisi son sayısını 46 sayfa içerikle yayınlayarak yayın hayatını dönemin siyasal koşulları nedeniyle tamamlamıştır.

Derginin sayfa sayısı çeşitlilik arz etmekle birlikte genel olarak 28 sayfadır. İki sayı birleştirilerek çıkarılan sayıların 50 sayfa olduğu görülmektedir.

Hem yurt genelinde hem de başta Almanya, Hollanda, Belçika, Fransa, İsviçre, Yunanistan, Bulgaristan olmak üzere çeşitli Avrupa ülkelerinde önemli bir okuyucu kitlesine sahip olan Oku dergisi abone usulü ile çalışmaktadır. H. Tekelioğlu, dergi ekibinin abone ettiği bir kişinin yakın çevresini de abone ederek derginin adeta halkla imcece usulüyle çalışıp büyüdüğünü ifade etmiştir ((kişisel iletişim,14 Eylül 2019).

Derginin basım, dağıtım vb. giderler için gerekli olan gelir kaynağının abonelik ücretlerine dayandığı, ilk sayıların İmam Hatip Okullarının ilk mezunlarının gönüllü himmetleri ile çıktığı, dergiye katkıda bulunan ekibe ve yazarlara herhangi bir ücret ödenmediği, dolayısıyla derginin aboneler vasıtasıyla kendi kendini amorte ettiği H. Tekelioğlu (kişisel iletişim,14 Eylül 2019) tarafından belirtilmiştir.

Derginin 1961’deki ilk sayısının fiyatı 75 kuruş iken 1979’daki son sayının fiyatı 10 liradır.

Türkiye’de eğitimdeki kurumsallaşma ve yaygınlaşmanın etkisiyle halk arasındaki okur yazar oranının artması bu dönemde çıkan dergilerin tirajlarının da artmasını etkilemiştir. Bu dönemde çıkan İslamcı dergilerin güvenilir tiraj oranları bilinmemekle birlikte günümüze kıyasla son derece yüksek olduğu kabul edilmektedir (Öz, 2016: 78). H. Tekelioğlu’na (kişisel iletişim,14 Eylül 2019) göre Oku dergisinin tiraj oranı 12.500 seviyesindedir.

Derginin ilk sayısında, “ÇIKARKEN...” başlıklı yazıda derginin çıkış gayesi şu sözlerle dile getirilmiştir. “

“Okumak en iyi hasletlerimizden biridir. Senelerden beri bağrımıza çöken cehalet okumamanın neticesidir. Bu afet milletimizi bir kurt gibi kemirmiş, cemiyetimizi meyvemiz, yapraksız, gölgesiz bir hale getirmiştir. Bu ağacın daima yeşil kalabilmesi için okuma pınarından sulanması icab eder. Neşir hayatına atılmamızın en büyük gayesi, durgun durgun akan bu pınara birkaç damla su ilave edebilmektir.” (syf:1)

Bu sözlerden derginin eğitici-öğretici bir misyonu dönemin dergilerini karakterize eden didaktik dil seçimi ile üstlendiği anlaşılmaktadır.

Derginin ismi, dini sahada bilinmeyi bilmek, unutulana hatırlatmak dönemin cılız münazara yapısını kuvvetlendirmek, İslam’ın öz kaynaklarına inmek, İslam’ın tüm dünyada inkişafını sağlamak vb. hedeflerini imgeler mahiyette “İslam’ın İlk Emri Oku” olarak seçilmiştir.

Derginin ilime, düşünmeye, okumaya verdiği değer ilk sayıda “Çıkarken” başlıklı yazının sol üst köşesinde yer alan “Hiç bilmeyenlerle bilenler bir olur mu?” (Zümer/9) ayeti ile sağ üst köşedeki “Beşikten mezara kadar ilim tahsil ediniz.” hadis-i şerifi ile vurgulanmaktadır.

Dergi, İslam’a zarar vermeyen, insanlığa hizmet eden her türlü yayına açık olduğunu aynı zamanda belli bir siyasi kampın tarafgiri olmadığını beyan etmektedir. Bununla birlikte dergi içinde “muzır fikirlere” yer vermeyeceğinin de altını çizmektedir.

Oku dergisi sayfalarını sadece ilim adamlarına, kanaat önderlerine değil öğrencilere ve halka da açmıştır. “Sizlerle Başbaşa” ve “Okuyucudan Gelen Sualler” köşesi ile derginin okurla irtibatının kurulması da sağlamıştır.

Dergi teknik kısıtlılıklara rağmen kapakta ve içerikte görseller kullanmaya gayret etmiştir. Dergi, kapakta kullandığı görseller ile sayıda işlenecek ana temayı gündeme taşıyabilmeyi ve okuyucuyu heyecanlandırmayı başarabilmiştir.

Derginin ilk sayısında kapak resmi olarak Konya’da bulunan Karatay Medresesi’nin kapısı kullanılmıştır. Bu resmin tercihi, Oku dergisinin İslam’ı yaşayacak ve hizmet edecek bir nesil yetiştirme gayesiyle bir okul olarak faaliyet göstereceği şeklinde yorumlanabilir.

Dergiye nesil yetiştirme misyonundan hareketle 1967 yılı sayı 71 ile birlikte “Bunları Biliyor muydunuz?” köşesi; 1973 yılı sayı 134 ile de “Çocuk Köşesi” eklenmiştir.

Dergicilik, Batı’da olduğu üzere ülkemizde de siyasi ve sivil örgütlerin çaba ve destekleri ile başlamıştır. Ayrıca Türkiye’nin dergicilik tarihine bakıldığında yayın hayatı sona eren pek çok derginin özel teşebbüs tarafından desteklenen dergiler olduğu yayın hayatına uzun soluklu devam eden dergilerin ise sivil örgütler tarafından desteklenip çıkartılan dergiler olduğu görülmektedir (Aydın, 2016: 468). Bu bağlamda Oku dergisinin sivil bir örgüt olan Türkiye İmam Hatip Okulları Mezunları Cemiyeti adına çıkartılmış olması derginin uzun soluklu yayında olmasını sağlamıştır.

18 yıl süren yayın faaliyeti içinde derginin darbe sonrası uygulamalar paralelinde neşredilen bazı yazılar nedeniyle hukuki soruşturmalar geçirse de kapatılmadığı, çıkmayan dergi sayılarının genellikle Yüksek İslam Enstitüsü öğrencilerinin sınav dönemi yoğunlukları nedeniyle yetiştirilemediği dergi sorumluları tarafından ifade edilmiştir.

#### 4.2. Derginin Yazar Kadrosu

Dergide çoğunlukla Yüksek İslam Enstitüsünde okuyan ve ya mezun olmuş öğrenciler yazılarını kaleme almıştır. Bu isimlerin bir kısmı ileriki yıllarda Türkiye’de dini neşriyat ve fikri üretime katkı sağlamış, alanında önemli eserler vücuda getirmiş isimler olacaktır.

Derginin yazar kadrosunun sabit olmadığı, değişken ve çok sayıda olduğu tespit edilmiştir. Nitekim dergiye tek bir makale, tek bir şiir ile katkıda bulunan birçok isim vardır. Bu çeşitlilik derginin zenginliği ile ayrıca İmam Hatip Okulları ve Yüksek İslam Enstitüsü öğrencilerini, halkı okumak kadar yazmaya da teşvik etme gayesiyle açıklanabilir.

Tarama aşamasında dergide ismi yer alan her yazar kodlanmıştır. Derginin yayın hayatı boyunca 600’den fazla yazarın bulunduğu ve bu yazarlar tarafından 3000’in üzerinde yazının neşredildiği görülmüştür. Bütün yazarlara ait bilgileri paylaşmak hacimsel olarak çalışmanın sınırlarını aşacağından dergide 10 ve üzeri yazısı yer alan yazarların ismi tablolaştırılmıştır.

**Tablo 1. Dergide 10 ve Üzeri Yazısı Yayınlanan Yazarların Listesi**

Yazar	Yazı sayısı	Yazar	Yazı sayısı
Oku Yayın Kurulu	370	Ebu'l-Cihad	16
Veli Ertan	84	Abdullah Parlayan	15
Yusuf Işıcık	80	İslam Yaşar	15
Hüseyin Küçükkalay	79	Mustafa Varlı	15
Hayrettin Karaman	78	İsmail Bayram	15
Osman Cilacı	78	Bahri Deniz	14
Mustafa Ateş	52	Sami Boz	14
M.Said-Çekmegil	47	Ömer Bal	14
Ahmed Gürtaş	47	A.Ulvi Kurucu	14
Hasan Bağcı	46	M.Emin Bildirici	14
Halid Güler	37	Mustafa Öner	14
Ali Osman Koçkuzu	35	Muhammed Sevgili	14

Nuri Baş	32	N.Mustafa Polat	13
Kemal Kart	31	D.Ali Kayapınar	13
Veyis Ersöz	29	Abdulkadir Er	13
Ayşe Özdemir	29	Mehmet Şeker	12
Enver Tuncalp	28	İ.Semahaddin Cem	12
Hüsnü Dikeçliçil	28	Şükran Kıcıroğlu	12
İ.Hakkı Sezer	27	Mustafa Uzunpostalıcı	12
Süleyman Özkafa	27	Gültekin Engin	12
Fehmi Cumalıoğlu	24	Mehmet Şakir Arıtan	12
T.Sıtkı Balcı	24	Mustafa Topuz	12
Tahir Büyükkörükçü	22	Mehmed Aydın	12
Mehmed Çiftçi	22	İsmet Sayer	11
Hasan Tekelioğlu	21	Ahmed Ağırbaşı	11
Yaşar Gökçek	20	Tahsin Ünal	11
Hamdi Döndüren	19	Selahattin Parlatır	11
Mehmet Savaş	18	Osman Sabit Eymirlioğlu	11
İsmet Ersöz	18	Necip Fazıl Kısakürek	10
Mustafa Akıncı	18	Hasan Özönder	10
Abdullah Halaçzade	18	Ahmed Kurhan	10
Ali Rıza Nalçacı	18	Ahsen Gül	10
İsmet Topaloğlu	18	Alıntı	10
Lütfi Şenel	18	Mustafa Koçyiğit	10
A.Aslan Aydın	17	Sıtkı Yonca	10
Mustafa Yazgan	17	Nureddin Turgay	10
Fatma Zehra Kanlı	17	Abdülkadir Güler	10
Kemal Kuşçu	16		

Dergiye yazıları ile katkıda bulunmuş veya alıntı şeklinde neşredilmesine izin vererek dergiyi besleyen önemli isimleri zikretmek derginin İslami dergiler içinde özel bir yeri olduğunu göstermek açısından faydalı olacaktır. Necip Fazıl Kısakürek, Nurettin Topçu, İhsan Süreyya Sırma, Süleyman Ateş, Hayreddin Karaman, İsmail Kaya, Ahmet Lütfi Kazancı, Ali Ulvi Kurucu, Mehmet Kaplan, Hekimoğlu İsmail, Şule Yüksel Şenler dergiye yazıları ile katkıda bulunan önemli isimlerden bazılarıdır.

### 4.3. Oku Dergisinin İçeriği

#### 4.3.1. Dergide Ele Alınan Konular

Oku dergisi okuyucularına çok zengin bir konu yelpazesinden seslenmiştir. Dergiyi tararken konuları mümkün mertebe tek tek kodlamak yöntemimiz nedeniyle tercih edilmiştir. Bu bağlamda dergideki yazılar 43 konu başlığı altında sınıflandırılmıştır.

İslam'ın İlk Emri Oku dergisinde neşredilen yazılar konularına göre tasnif edilirken objektif kalmaya özen gösterilmekle birlikte bu tasnif belli ölçüde sübjektiflik de içermektedir. Oku dergisinde yer alan İslam, İslami ilimler, din eğitimi-öğretimi ve müesseseleri, edebiyat gibi temalar, uzun bir zamana yayılan “yapısal” temalar olarak değerlendirilebilir. Türkçe İbadet

Tartışmaları, Köy Meseleleri, Türk Toplumunu ve Komünizm gibi temalar ise belli bir zaman aralığında, ülkenin dönemsel koşullarına bağlı olarak ele alınan "konjektörel" temalardır. Bununla birlikte Oku dergisinde ülkenin gündemine giren Sağlık, Sanat gibi tekil ve güncel temalı konuları da işlediği görülmektedir.

Oku dergisinin konu çeşitliliğine sahip olmakla birlikte belirli bir yazın politikasına sahip olduğu ilk sayıda neşredilen şu sözlerden anlaşılmaktadır.

"... OKU mecmuası tutacağı yolu, İslamiyet'in sarsılmaz hükümleri ile tarihi geleneklerimizle sınırlandırdığı için zararlı bir fikrin, milli menfaatlerimize aykırı bir düşüncenin onun sayfalarında yer almayacağını müjdelemenin sevinç ve gururu içerisindeyiz." (syf:1)

Oku dergisindeki yazılarda ilmi araştırma prensipleri gözetilmiş, temalar popülist bir içerikle değil daha çok okuyucunun entelektüel gelişmelerini besleyebilecek şekilde aktarılmıştır.

Dergide ele alınan konuların listesi şöyledir:

**Tablo 2. Dergide Ele Alınan Konuların Listesi**

Konu	Yazı sayısı	Konu	Yazı sayısı
Ahlak ve Ahlaki Çözülme	170	İslam ve Toplumda Kadın	48
Aile	10	İslam Birliği ve Din Kardeşliği	37
Aydınlar ve Sorumlulukları	29	İslam ve İlim	50
Demokrasi ve İnsan Hakları	15	İslam ve Tasavvuf	47
Din Görevlileri ve Sorunları	16	İslam'a Davet ve Metodu	44
Din Eğitimi-Öğretimi ve Lüzumu	66	Kelam	58
Din Öğretimi ve Müesseseleri	60	Kitap Tahlili	37
Din ve Laiklik	10	Kitle İletişim Araçları ve Tenkitleri	35
Dini Neşriyat ve Önemi	13	Köy Meseleleri	17
Din ve İman	94	Kuran ve Tefsir	94
Dinler Tarihi	46	Misyonerlik Faaliyetleri ve Kültür Emperyalizmi	52
Edebiyat ve Edebi Şahsiyetler	170	Sahabe ve Dini Şahsiyetlerden Örnekler	112
Eğitim	22	Sağlık	20
Ekonomi	57	Sanat	21
Felsefe	7	Siyer	79
Fıkıh	184	Şiir	400
Gençlik	49	Tercüme Faaliyetleri	226
Gezi / Tanıtım	29	Toplumsal, Tarihsel ve Dini Bilinç	361
Hadis	64	Türk Toplumunu ve Komünizm	65
İmam Hatip Okulları ve Sorunları	47	Türkçe İbadet Tartışmaları	6
İbadet ve İşlevleri	99	Yurtdışında İslam ve İnkişafı	60
İç ve Dış Siyaset	120		
<b>Toplam</b>		<b>3246</b>	



Dergide ele alınan konuların yıllara göre dağılımı ise Tablo 3 ve Tablo 4'te verilmektedir.

**Tablo 3. Konuların 1961-1969 Yılları Arasındaki Dağılımı**

Konu	Yıl								
	1961	1962	1963	1964	1965	1966	1967	1968	1969
Ahlak ve Ahlaki Çözülme	8	15	9	7	7	8	15	5	10
Demokrasi ve İnsan Hak	0	0	0	0	0	1	2	3	2
Din Eğitimi-Öğretimi ve Lüzumu	12	5	0	0	8	11	11	3	1
Din Öğretimi ve Müesseseleri	8	15	9	9	3	2	2	1	0
Din ve İman	5	5	2	5	2	6	9	4	12
Dinler Tarihi	0	0	0	0	3	1	0	2	11
Edebiyat ve Edebi Şahsiyetler	5	7	7	13	10	4	11	14	17
Ekonomi	1	1	0	1	4	2	1	1	4
Fıkıh	1	5	6	4	0	5	11	13	4
Hadis	0	2	7	10	12	9	6	5	2
İmam Hatip Okulları ve Sorunları	0	1	2	2	3	9	2	1	1
İbadet ve İşlevleri	3	2	8	1	10	15	5	4	10
İç ve Dış Siyaset	1	4	4	9	7	6	2	6	16
İslam ve Toplumda Kadın	1	2	0	2	0	1	5	4	5
İslam Birliği ve Din Kardeşliği	6	2	0	1	3	1	1	0	0
İslam ve İlim	1	3	2	1	1	3	5	5	4
İslam ve Tasavvuf	1	0	7	4	0	0	0	2	2
İslam'a Davet ve Metodu	2	3	0	0	1	3	2	1	4
Kelam	2	1	11	10	3	2	4	2	9
Kur'an ve Tefsir	1	0	1	4	10	4	7	4	3
Misyonerlik Faaliyetleri ve Kültür Emperyalizmi	3	2	0	2	4	5	6	6	1
Sahabe ve Dini Şahsiyetlerden Örnekler	10	6	5	10	14	2	9	12	3
Siyer	4	7	13	2	2	3	2	4	3
Şiir	22	30	24	26	40	25	19	22	21
Tercüme Faaliyetleri	6	14	11	9	1	3	9	23	15
Toplumsal, Tarihsel ve Dini Bilinç	11	30	14	16	30	18	26	32	30
Türk Toplumunu ve Komünizm	1	4	4	6	11	5	9	5	8
Yurtdışında İslam ve İnkişaf	2	0	2	1	7	5	3	1	1
Diğer	13	23	15	15	24	13	27	19	16
<b>Toplam</b>	<b>130</b>	<b>189</b>	<b>163</b>	<b>170</b>	<b>220</b>	<b>172</b>	<b>211</b>	<b>204</b>	<b>215</b>

Tablo 4. Konuların 1970-1979 Yılları Arasındaki Dağılımı

Konu	Yıl									
	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
Ahlak ve Ahlaki Çözülme	9	7	5	5	9	11	14	15	8	3
Demokrasi ve İnsan Hak	1	3	0	1	1	0	0	0	0	1
Din Eğitimi-Öğretimi ve Lüzumu	0	1	1	8	0	0	0	1	2	2
Din Öğretimi ve Müesseseleri	3	1	2	2	0	0	1	2	0	0
Din ve İman	6	4	4	2	8	3	5	4	6	2
Dinler Tarihi	10	6	4	4	0	0	0	1	2	2
Edebi Şahsiyetlerden Örnekler	7	5	10	9	7	16	9	12	3	4
Ekonomi	2	3	7	9	6	6	3	1	2	3
Fıkıh	3	14	15	20	16	11	13	22	12	9
Hadis	0	3	1	2	3	0	0	1	1	0
İmam Hatip Okulları ve Sorunları	3	13	1	3	1	0	2	3	0	0
İbadet ve İşlevleri	13	9	3	3	3	5	1	3	1	0
İç ve Dış Siyaset	8	17	13	6	13	2	3	0	2	1
İslam ve Toplumda Kadın	1	9	7	7	0	1	1	2	0	0
İslam Birliği ve Din Kardeşliği	0	0	1	3	4	4	7	2	1	1
İslam ve İlim	3	1	0	5	6	1	4	4	0	1
İslam ve Tasavvuf	1	0	0	2	0	3	5	7	8	5
İslam'a Davet ve Metodu	6	4	0	2	3	0	0	3	10	0
Kelam	0	0	1	1	1	2	3	3	0	3
Kur'an ve Tefsir	2	8	9	10	9	12	3	5	2	0
Misyonerlik Faaliyetleri ve Kültür Emperyalizmi	1	3	2	2	5	1	2	2	2	3
Sahabe ve Dini Şahsiyetlerden Örnekler	14	8	0	3	4	1	0	1	4	6
Siyer	1	15	11	0	1	2	2	0	7	0
Şiir	31	26	16	16	21	22	9	12	12	6
Tercüme Faaliyetleri	20	18	24	13	7	10	13	8	8	14
Toplumsal, Tarihsel ve Dini Bilinç	34	21	7	16	17	18	20	10	6	5
Türk Toplumunu ve Komünizm	2	1	4	0	0	1	2	2	0	0
Yurtdışında İslam ve İnkişaf	9	8	7	3	1	1	7	0	2	0
Diğer	23	12	16	9	10	23	18	23	15	7
<b>Toplam</b>	<b>213</b>	<b>220</b>	<b>171</b>	<b>166</b>	<b>156</b>	<b>156</b>	<b>147</b>	<b>149</b>	<b>116</b>	<b>78</b>

#### 4.4. Oku Dergisinin İslamcı Düşünce Ve Dergicilik İçindeki Yeri: Dergide İşlenen Konular Üzerinden Kısa Bir Değerlendirme

Oku dergisi, Türkiye'deki ve dünyadaki toplumsal değişim ve gelişmeleri yakinen takip eden aktüel bir çerçeveye sahiptir. Dönemin toplumsal, siyasi, iktisadi vb. sorunlarını İslamcı düşünce dairesinde kalarak kendi gayesi paralelinde tartışmıştır. Bu iddiamızı temellendirmek için yıllara göre konuların dağılımı arasında istatistiki olarak ilişki kurulmuş ve anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır (Tablo 3 ve Tablo 4). Ancak çalışmanın bu kısmında dönemin İslami düşünce atmosferinde ve diğer dergilerde de ele alınan konularla ilgili sınırlı bir veri paylaşımında bulunulacaktır.

##### 4.4.1. Oku'da Edebiyat

Bütün dönemlerin, yüzyılların, yaşantıların, toplumsal olayların tüm hikâyesi edebiyatta bulunmaktadır. Edebiyatta bizzat bütün bir insanlığı, yapıp etmelerini, kültürünü, duygusunu, düşüncesini, ideolojisini yakalamak mümkündür. Bu minvalde edebiyat, insani olanın kaybolup dağılmasını engeller ve onu sürekli hatırlatır (Alver, 2018: 17).

Edebiyatın bu hassalarından sebep, İslamcılık düşüncesi kendini edebiyat (özellikle de şiir) üzerinden bir temel inşa etmiştir. İslamcılık düşüncesinde edebiyat, geleneğin ve geçmiş güzel günlerin yeniden canlandırılması bir başka ifadeyle ihyası için bir araç olarak görülmüş bu minvalde edebiyata bir misyon addedilmiştir (Tantik, 2010: 2).

Edebiyattan beslenmenin İslamcı fikriyat içinde bir gelenek olarak yerleşmesi diğer İslamcı dergilerin üsluplarında belirleyici olmuştur. Bu bağlamda Oku dergisi de kendini "edebi" bir dergi sıfatıyla tanımlarken yayın üslubu ve içerik olarak edebiyatı öncelemiş İslami konuları tartışırken İslami ülküleri aktarırken edebi türlerden özellikle şiirden faydalanmaya önem vermiştir.

Oku dergisinde edebiyat alanında çeşitli hikâye, deneme türünde eserler verilirken Mehmet Akif Ersoy vb. edebi şahsiyetler de tanıtılmıştır. Tablo 3'e baktığımızda 1961-1969 yılları arasında "Edebiyat ve Edebi Şahsiyetler" ve "Şiir" başlığı altında toplam 317 yazı yayınlanmıştır. Tablo 4'e baktığımızda 1970-1979 yılları arasında "Edebiyat ve Edebi Şahsiyetler" ve "Şiir" başlığı altında 253 yazı yer almıştır. Her iki tablonun verileri birleştirildiğinde derginin yayın hayatı boyunca genel edebiyat başlığı altında toplam 570 yazı neşredilmiştir. Bu neşrin 400'ü şiir türündedir.

##### 4.4.2. Oku'da Din Öğretimi Müesseseleri ve İmam Hatip Okulları

Türkiye Cumhuriyetinin temel ilkeleri özellikle laiklik açısından eğitim kurumlarında ve müfredat programlarında din öğretiminin lüzumu üzerine yapılan tartışmalar her daim sıcaklığını korumuştur. Cumhuriyet tarihi boyunca din öğretimi verecek olan müesseseler ki özelde İmam Hatip Okulları ülkenin konjektörüne göre bir açılıp bir kapanmış, yasal düzenlemelere mevzu olmuştur.

1948'te İmam Hatip Kurslarının açılması ile din öğretimi alanında ilk adım atılmıştır. Bu kursların kapatılmasından sonra 1951 yılında İmam Hatip Okulları açılmıştır. 1971 yılında İmam Hatip Okullarının ortaokul kısmı kapatılarak meslek lisesi statüsüne yerleştirilmiştir. 1973 yılında İmam Hatip okulları ismi İmam Hatip Lisesi olarak değiştirilmiştir böylece yükseköğreniminin önü açılmıştır. 1974'te İmam Hatip Liselerinin ortaokul kısmı yeniden açılmıştır. 1976-1977 öğretim yılında kız öğrencilerin kabulü gerçekleşmiştir.

Özet olarak aktarmaya çalıştığımız din öğretimi ve İmam Hatip Okullarının tarihçesi Oku dergisinin sayılarında da okunabilir. Tablo 3'e bakıldığında dergide "Din Öğretimi ve Müesseseleri" ve "İ.H.O ve Sorunları" başlığı altında 1961-1969 yılları arasında toplam 70, Tablo 4'e bakıldığında "Din Öğretimi ve Müesseseleri" ve "İ.H.O ve Sorunları" başlığı altında 1970-1979 yılları arasında ise toplam 37 yazı kaleme alınmıştır. 1960 sonrası siyasi iktidarın sol kesime karşı dindar kesimi yanına alma çabası, kısmi demokratik ortam vb. sebebiyle yıllardır ket vurulan din öğretimi ve müesseseleri konusu canlanmıştır. Din öğretimi verecek olan kurumların tesisi 1961-1969 arasında dergide yoğun olarak ele alınmış kazanımlara bağlı olarak 1970-1979 arasında gelişmelere göre ihmal edilmemiş ancak yoğunluğu azalmıştır. Tablo 4'e baktığımızda 1971 yılında dergide, aynı yıl İmam Hatip Okullarının ortaokul kısmının kapatılması sonrasında yasanın eleştirisi ve ortaokul kısmının yeniden açılması hakkında toplam 13 yazının neşredildiği görülmektedir.

##### 4.4.3. Oku'da Tercüme Faaliyetleri

İslamcılık akımı, farklı Müslüman coğrafyalarda, farklı zamanlarda gelişen söylemlerin ortak bileşkesinde gelişmiştir. Türkiye'deki İslamcılık düşüncesinin de bu ortak havuzdan beslendiği göz ardı edilmemelidir. Bu bağlamda İslam dünyasından yapılan tercümelerin yerli İslamcı düşüncenin gelişiminde katkısı büyüktür.

1960-1970'li yıllarda tercüme faaliyetleri genellikle Mısır ve Pakistan asıllı düşünürlerden yapılmıştır. 1970'li yıllarda kitapları Türkçeye çevrilen yazarlar ve onların oluşturdukları düşünsel birikim İslamcılığın kendi tarihi içinde de kırılmaya neden olmuştur. 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren askeri, ekonomik sömürgeleşmeye karşı bir direnç olarak doğan İslamcılık, İslami devletin esaslarına ve Batı medeniyetinin problemlerine doğru değişmiştir (Cengiz, 2008: 122).

Ö. Çaha, 1970'lerde yoğunlaşan tercüme faaliyetleri ile tüm İslam ülkelerini içine alan projeler ve evrensel İslam anlayışının oluştuğunu böylece Türkiye'deki din anlayışının milli karakterinin ümmetçiliğe doğru evrildiğini belirtmektedir (Çaha, 2004: 477).

İ. Kara'da bu tercümelerin kaynaklara dönüş merkezli, aktivist, radikal, siyasi talepleri kuvvetli, rejim muhalifi, cihat taraftarı, geleneksel Müslümanlığa ve bu tip inançtan beslenen tarikat, cemaat vb. yapılara mesafeli ümmetçi, mücadelecı, yer yer tekfir ve şirk kavramları üzerinden dışlayıcı diri bir tip ve din anlayışını ortaya çıkarttığını (Kara, 2013: 31-33) söylemektedir.

Dönemin diğer dergilerinde de görülen pratik üzere Oku, İslam coğrafyasındaki gelişmelere güncel meselelerle sınırlı bir ilgi duymamış tercüme eserlerden alıntılara sayılarında yer vermiştir. Tablo 3'e bakıldığında 1961-1969 arasında toplam 91 tercüme yazı yayınlanırken bu sayı Tablo 4'te 1970-1979 arasında Mısır (İhvan-ı Müslim'in kurulması), Pakistan, Afganistan ve İran'daki gelişmelere bağlı olarak artmış ve toplam 135 tercüme yayına yer vermiştir.

Oku dergisi, imkânları dâhilinde destek verdiği tercüme faaliyetleri ile geçmişin sürekliliklerinden, savunmacı dilinden kopup kendi külliyatını oluşturmak isteyen İslamcılık düşüncesinden beslenmiş ve beslemiştir.

Oku dergisi okuyucu kitlesini, İslam coğrafyasındaki farklı anlayışlarla buluşturarak dönemin diğer İslamcı dergileri ile İslamcı kamuoyunun oluşmasına katkı sağlamıştır.

Oku dergisinde çeviri eserleri hakkında bilgiler verilen düşünürlerin başında Abdurrahman Azzam, Ebu'l Hasan el-Nedvi, Hasan el-Benna, Muhammed Hamidullah, Mevdudi, Seyyid Kutup, Muhammed Kutup, Muhammed İkbâl vd. gelmektedir. Abdurrahman Azzam'ın "siyer" içerikli çeşitli yazılarının çevirileri, Muhammed Hamidullah'a ait İslam'a Giriş, İslam'da Devlet İdaresi vd. kitaplarının tanıtımı, Seyyid Kutup'un, Kur'an'ın Gölgesinde eserinin tanıtımı/tahlili, Muhammed Kutup'un, Biz Müslüman mıyız? kitabının tahlili örnek verilebilir.

#### 4.4.4. Oku'da Komünizm ve Antikomünist Mücadele

Türk siyasi tarihi içinde İslami çevreler, sol-komünist akımların her nevine karşı net bir ret tavrı sergilemişlerdir. İslamcılığın komünizmi din ve devlet bekası için tehlike addetmesi İslami dergiciliğin ana temasını oluşturmuştur.

Komünizmin dünya genelinde etkili olmaya başladığı süreçte Türk siyasi hayatında da komünizm açısından başarı olarak görülebilecek birtakım gelişmeler yaşanmıştır. Özellikle 1965 seçiminde %3 oy alarak 15 milletvekili çıkaran Türkiye İşçi Parti'sinin başarısı, kurulduktan kısa bir süre sonra önemli bir örgütlenme seviyesi yakalayan DISK'in varlığı, sol siyasetin üniversiteleri saran boykot dalgası ile gücünün artması, kendi siyasetçi ve gençlik liderlerini oluşturmaya başlaması ve gittikçe komünizmin Türk toplumsal yapısı içinde kitleleşmesi (Keten, 2014: 37) ile yerli komünizme karşı antikomünist yazının arttığı görülmektedir.

Oku dergisinin komünizme karşı bir yazın faaliyeti içine girmesini sadece konjektörel bir tema olarak değerlendirmenin ötesinde "İslamcı akımının 1970'lerin sonuna kadar milliyetçi-muhafazakâr çizgiye tahkimat sağladığı"(Bora, 1998: 130) tespiti içinde Türk sağının komünizme karşı ortak bir savunma hattı oluşturmaları şeklinde değerlendirilebilir.

Komünizmle mücadeleye davet edilen halka, mücadelenin yöntemi olarak zor ve şiddetin önerilmemiş olmaması dikkat çekicidir. Oku dergisinin komünizmle mücadele yöntemi olarak dönemin diğer dergilerinde görüldüğü üzere İslami emir ve yasaklar çerçevesinde sözlü ikna yöntemini tabiri caizse tebliğ metodunu önerdiği anlaşılmaktadır.

Oku dergisinin antikomünist yayınlarında Sovyet Rusya'dan esen bu şeytani rüzgara karşı sadece okur kitlesini bilgilendirme/bilinçlendirme gayesi gütmeyen zaman zaman devlet yetkililerini Türkiye'deki komünist faaliyetlerle mücadeleye davet ettiği de görülmektedir.

Oku dergisi 1961-1969 yılları arasında komünizmi İslam, devlet ve halk için tehdit olarak tanımlamış ve "Türk Toplumunu ve Komünizm" başlığı altında toplam 53 yazı neşretmiştir. Tablo 3'e baktığımızda Türkiye İşçi Partisi'nin 15 milletvekili ile meclise girdiği 1965 yılında dergide 11 adet antikomünist yayın neşredilmiştir. Tablo 4'e baktığımızda 1970-1979 yılları arasında da komünizm tehdidin unutulmaması için yazılar kaleme alınmış ancak 12 Mart 1971 muhtırasından sonra siyasi arenada minimize edildiği düşünülen komünizme rağbet dergide de azalmış ve bu yıllar arasında toplam 12 yazı yayınlanmıştır.

#### 4.4.5. Oku'da Ekonomi

1960 sonu ve 1970'ler boyunca çeşitli İslamcı dergiler, Batı'nın iktisadi gelişme modeline karşı İslam iktisadı üzerine yoğunlaşmıştır. 1970'ler itibarıyla devleti hedefleyen ve kurum olarak önemseyen, evrensel ve ümmetçi bir kimliğe bürünen İslamcı düşüncenin ekonomi yorumunda bu iki faktörün etkili olduğu görülmektedir. Örneğin liberal piyasa ekonomisini tamamen reddetmeden ciddi eleştiriler getiren İslam ekonomisi düşüncesi bir taraftan devletçi kalkınma/sanayileşme ilkesini vurgularken diğer taraftan uluslararası ticarete İslam ülkeleri arasındaki işbirliğine dikkat çekmektedir (Cengiz, 2008: 134).

“Ekonomi” konusunda dergi, Tablo 3’e bakıldığında 1961-1969 arasında 15, Tablo 4’e bakıldığında 1970-1979 arasında ise 42 yazı neşretmiştir. Bu farklılaşmada yukarıda belirttiğimiz üzere İslamcılık akımının değişimi ve bu değişimin dergilere yansması etkilidir. İslamcı fikriyat ve İslamcı dergiler 1970 öncesinde İslam’ın inkişafı, unutulmuş hatırlama-hatırlatma, İslam’ın gerici olmadığını kanıtlanma vb. savunmacı bir dil kullanmıştır. 1970 ve sonrasında ise İslam merkezli olarak toplumsal yapıyı yeniden inşa edici bir dile geçmişlerdir. Bu bağlamda 1970-1979 arasında İslami pek çok dergi yeni bir toplumsal model geliştirme ülküsü ile sayılarında İslami devlet, İslam ekonomisi, İslami bankacılık gibi konuları tartışmaya başlamışlardır.

Oku dergisi, Müslüman coğrafyanın gelişmesinde ekonomik faaliyetlerin göz ardı edilemeyeceği, medeniyet teşekkülünde güçlü bir iktisadın gerekli olduğu ortak fikrini işlemiştir. İslam iktisadını, kapitalist ve sosyalist iktisat modellerinin eksikleri noktasında kıyaslayarak İslami iktisat modelinin özgürlük ve eşitlik ilkelerini törpülediğini lakin adalet ilkesini öne çıkarttığını temellendirmeye ve okuyucularına aktarmaya çalışarak dönemin İslami neşriyatına katkı sağlamıştır.

1960 ve 1970’li yıllar boyunca “İslam iktisadı” tezini teorik olarak temellendirmek amacıyla İslam coğrafyasında kaleme alınan eserlerin Türkçeye tercüme edildiği ayrıca yerli düşün adamlarının telif eserler verdiği görülmektedir. Bu dönem içinde Oku dergisi kadrosu da İslam iktisat modelinin şekillenmesinde yazılar kaleme almış, tercüme ve telif eserler hakkında okuyucuyu bilgilendirmiştir.

#### 4.4.6. Oku’da Kadın

Cumhuriyet dönemi ve sonrasında sosyo-politik yapıda merkez aktör olamayan dindar kadınların kendi kimlik ve talepleri ile sosyal-siyasal platforma çıkışları ancak 1970’lere doğru mümkün olacaktır. İslamcı kadınlar bir taraftan modernleşmenin “cumhuriyet kadını” ülküsünün diğer tarafta ise geleneksel bir din anlayışının “kadının yeri evidir” söyleminin yarattığı “sınırlandırılmış kadın” gerçeğini sorgulamaya başlamışlardır. Bu sorgulamada dindar kesimin kız çocuklarının öğrenim görmesi ve kamusal alanda kadınların çalışmasına yönelik tutumlarının olumlu yönde değişmesi, 1968’ler itibarıyla üniversitelerde başörtülü öğrencilerin sayısının artması, -İHL’nin 1976-1977 öğretim yılında kız öğrencileri kabul etmeye başlaması, İslamcı düşüncenin kadın aydınlarını yetiştirmesi, dünyada ve Türkiye’de gittikçe güçlenen feminist hareketlerin etkisi, dönemin İslamcı dergi ve gazetelerinde “İslam ve kadın” konusunda yazan kadın yazarların varlığı tetikleyici faktörlerden bazılarıdır.

Bütün bu gelişmeler içinde en radikal dönüşüm İslamcı düşüncenin kendi içinde olmuştur. 1970’ler boyunca İslami bir toplum ve İslami bir devlet modeli tasarlama hedefi içinde olan İslamcılık uzun vadeli bu projenin hayat bulmasında kadınlarında gerekli olduğunu kabul etmeye başlamışlardır. Bu kabul, kadınları sadece giyim kuşamları bir başka deyişle başörtüleri ile ilgili güncel tartışmalar nezdinde konumlandırmanın Türk toplumsal yapısının gerçekliği ile uyuşmadığının ve dindar kadınların sosyal yaşamın aktörleri olarak değerlendirilmesinin farkındalığını da beraberinde getirmiştir. İslamcı düşüncedeki değişime paralel olarak İslami neşriyat da kadın konusunun tartışılması farklılaşacaktır. 1970’lerin neredeyse ikinci yarısına kadar kadın konusu erkek yazarlar tarafından genellikle geleneksel kadın rollerinin İslam’la taçlandırılması ile neticelenen yazılarla sınırlı kalmıştır. Bu tarihten sonra İslamcı dergilerde İslam ve kadın objesi, sujesi kadın olan yazarlar tarafından münazara edilmeye başlayacaktır. İslamcı dergiler, İslam’da kadın hakları nelerdir? sorusu etrafında dindar kadının toplumsal yaşamdaki statü ve rolleri, eğitim-bilinç-şiar faaliyetleri, siyasi kimlikleri vb. meseleleri hem erkek hem de kadın yazarlar tarafından yazıp çizmeye başlayacaklardır.

Temel hatlarıyla aktarmaya çalıştığımız tarihsel değişim ve gelişim çizgisi “İslam’ın İlk Emri Oku” dergisinde de mütalaa edilebilir. “İslam ve Toplumda Kadın” başlığında Tablo 3’e bakıldığında dergide kadın konusu 1961-1969 arasında toplam 20, Tablo 4’e bakıldığında 1970-1979 arasında toplam 33 kez ele alınmıştır. Bu farklılaşmada önemli olan husus 1961-1969 arasında kadınla ilgili konuların erkek yazarlar tarafından daha geleneksel bir söylemle ele alınması ve dergide kadın yazarların bulunmayışıdır. Ancak 1971 yılı ve sonrasında dergide kadın yazarlar yer almaya başlamış ve kadın konusu bu yazarlar tarafından daha eleştirel bir söylemle ele alınmıştır. Bu kadın yazarlar arasında Fatma Zehra Kanlı ve Ayşe Özdemir’in isimleri anılabilir.

#### Sonuç ve Değerlendirme

“İslam’ın İlk Emri Oku” dergisi, İslamcılık akımının ve İslami dergiciliğin Türkiye’deki gelişim süreci ile şekillenen ve bu sürece katkıda bulunan uzun soluklu dergilerden biridir.

Oku dergisi, yayın sürecinde yapısal temalarına yeni konular ekleyerek kendini yenileyebilmiş bir dergidir. Dergideki konu zenginliğinde dikkati çeken husus İslamcı bir dil ve üsluptan taviz verilmemiş olmasıdır.

Dergicilik sahasında kendini “dini, içtimaî, edebî” aylık (bir) mecmua olarak konumlandıran Oku dergisi, İslamcı düşüncenin İslam’ın ihyası ve sürekliliği için temel bir araç olarak edebiyattan faydalanma geleneğini devam ettirmiş edebiyat konuları/şiir derginin en çok yayın yaptığı tema olmuştur.

Oku dergisi ilk çıkış yıllarında İslamcı düşüncenin ilk dönem yolunu takip ederek İslami olanı muhafaza etmeyi, unutulmuş hatırlatmayı amaçlamıştır. Oku dergisi, İslamcı düşüncenin sosyal ve siyasal bir proje üretmesinden sonra benzer bir eğilim göstermiş, tercüme faaliyetlerinden de etkilenerek İslami bir toplum modelinin mümkünlüğüne ve nasıllığına yayınları içinde değinmeye başlamıştır. Bu misyon üzere Oku dergisinde özellikle 1970-1979 arasında İslam ve ekonomi ilişkisi üzerinde 42 adet yazı neşredilmiştir.

İslami bir toplum modelinin tesisinde kadınlarında aktör olarak yer alması gerektiğine dair anlayışların gelişimi paralelinde Oku dergisi de 1970'ler boyunca kadın konusuna ağırlık vermeye başlamış, fikri tartışma kadınların giyim-kuşamı bir başka deyişle başörtüsü kapsamını aşarak dindar kadınların sosyal yaşamın aktörleri olarak nasıl tanımlanacağına yoğunlaşmış, kadın teması erkek yazarlarla birlikte kadın yazarlar tarafından işlenmiştir.

Derginin inandığı ve yaygınlaştırmaya çalıştığı temel ilke, İslam'ın sadece imani değil aynı zamanda dünyevi hayatın tamamına nüfuz eden bir din olduğudur. İslam'ın her çağ ve koşula uygun, bilim ve akıl ile çelişmeyen, insanlığın çeşitli buhranlarına çözüm olacak canlı ve dinamik bir din olduğu savunulmuştur. İslam medeniyetini, asr-ı saadet dönemine ait tasavvurların ötesine taşımak için yapılması gerekenleri sıralayan Oku, Müslüman halkı şevke getirmek amacıyla sayılarında İslam ve Türk tarihinin mazideki şanlı günlerini, zaferlerini hatırlatmıştır.

İslam'ın ihyasında okuyucuyu tek başına bırakmak istemeyen dergi halka önderlik etmek, yol göstermek ve örnek olmak babında aydınların sorumluluğuna dikkat çekmiş ve onları bu kutsal eğitim görevine davet etmiştir.

Oku dergisi, Türkiye dışında İslam dünyasındaki gelişmelerle de ilgilenmiş bu ülkelerdeki yaşanılardan okuyucusu haberdar etmiştir. Ayrıca çeşitli Avrupa ülkelerinde azınlık olarak yaşayan Müslümanlar hakkında da yazılar neşretmiştir. Bu bağlamda Oku dergisi İslam kardeşliği arzusu ve ümmet bilinci ile hareket etmeye çalışmıştır.

Oku dergisi, bilhassa Batı dünyasında İslam'ı tercih edip hidayete erenlerin kıssalarına sayılarında yer vererek İslam'ın inkişafını umut eden halkın, özgüvenini tahkim etmeye çalışmıştır.

Oku dergisinin yurtdışına dağıtımını sadece yurtdışında yaşayan Türklerin dini bilgi ihtiyaçlarını, aidiyet sorunlarını karşılamış aynı zamanda İslam'ın uluslararası alana açılımlına da katkı sağlamıştır.

Derginin okuyucuları ile iletişime geçtiği, incelenmeye değer bölümlerinden biri de "Sizlerle Başbaşa" ve "Okuyucudan Gelen Sualler" köşesidir. "Sizlerle Başbaşa" köşesinde okuyucudan gelen hissiyat dolu mektuplara, yeni abone olanlara, yeni abonelikler kazandıran üyelere derginin teveccüh ve teşekkürü dile getirilmektedir. "Okuyucudan Gelen Sualler" köşesinde ülke ve dünya gündemindeki meselelerin okuyucunun da gündemini oluşturduğu, İslam'ın bireysel ve toplumsal dirilişinin ciddi anlamda dert edinildiği gönderilen soruların içeriğinden anlaşılmaktadır. Okuyucudan gelen soruların önemli bir kısmının dinin günlük yaşam pratiğine aktarılmasına, ibadetlerin icrasına yönelik fıkhi sorular olması halkın dini en doğru biçimde yaşama gayesinde olduğunu göstermektedir. Derginin yurtdışı ve yurtiçinden gelen okuyucu sorularını, İslami ilimler çerçevesinde cevaplamaya çalışması derginin dinin özüne sadık kalarak nesil yetiştirme gayesi ile örtüşmektedir. Okuyucu ile karşılıklı diyalog ve etkileşime geçtiği bu müstesna bölümler Oku dergisinin kamusal alan işlevi görmesi açısından da manidardır.

Oku dergisi, günün meselelerini kavga ile değil ilim ve imanla çözebilmeye, bu hedef paralelinde OKU'yan, tefekkür eden, söz söyleyen ve eyleyen bir Müslüman kitle var etmeye hizmet etmiştir. Bu minvalde Oku dergisi din eğitim ve öğretim konusu ile yakinen ilgilenmiş din eğitiminin lüzumu, din öğretiminin verildiği müesseselerin -özellikle İmam Hatip Okullarının- varlığı, sorunları, kalitesinin artırılması konularını yayın süreci içinde defaatle işlemiştir. Oku dergisi, milli-dini-ahlaki değerleri önemseyen eğitim anlayışı ile özellikle gençlere hem yol gösterici olmuş hem de gençlerin kendilerini şiddetle değil yazıyla ifade etmelerine aracılık etmiştir. Oku dergisi Türk toplumsal yapısı ve İslamiyet'in mevcudiyeti için tehlike olarak gördüğü komünizmle mücadeleyi yazı ile sürdürmeye ara vermemiş halkı bilhassa gençleri komünizm tehdidinde karşı bilinçli kılmaya çaba sarf etmiştir.

1960-1970 arası dönem İslamcı dergilerin farklılıkları gündeme getirmedikleri, İslam ideali çemberinde yan yana saf durdukları bir dönemdir. İslamcı dergilerin genellikle Türklük, millilik, mukaddesat merkezinde sahip oldukları ittifak tavrı, H. Tekelioğlu'nun (kişisel iletişim, 14 Eylül 2019) tespiti ile halkın Oku dergisine teveccühünü de artırmıştır.

1970 ve sonrası dönemlerde İslami dergilerin sayıları kadar duruşları da çeşitlenmiştir. 1960'ların ittifak tavrı farklılık ve radikalleşmeye doğru evrilmiştir. Oku dergisi de 1970 sonrası siyasetle ilgilenmeye ve meseleleri muhafazakâr ve milliyetçi bir perspektifle işlemeye başlamıştır. Bu dönemde dergilerdeki farklılaşma eylem ortaklığını zedelemiş, halkın kafası karışmış ve İslamcı hareketi çıkmaza sürüklemiştir.

Yaşanılan radikalleşmenin, siyasetle ilgilenmekle birlikte keskin bir tarafı olmayan Oku dergisini özellikle 1970'lerin sonuna doğru olumsuz etkilediği ve çeşitli tarikat, cemaatlerin kendi dergilerini çıkarmaya başlamasının Oku dergisinin abone kayıtlarının azalmasında rol oynadığı H. Tekelioğlu (kişisel iletişim, 14 Eylül 2019) tarafından dile getirilmiştir.

Oku dergisi, İslamcılık akımı içerisinde aktif bir siyasi tavır alıştan ziyade “dini, içtimaî, edebî” bir dergi çizgisinde kalmayı tercih etmiş, İslam davasında okuyucuyu imani ve fikri ölçüde bilinçlendirmeyi hedeflemiştir. Bu hedef ile yayın politikasını şekillendirmekle birlikte Batı'nın hakim paradigmalara karşı ciddi bir felsefe üretmediği, Batı kapitalizmi ve Doğu sosyalizminin pratik problemleri üzerinden ivedi çözümler ürettiği söylenebilir. Bir takım eksikliklere rağmen Oku dergisi, İslamcı düşünceye katkı sağlamış ve hizmet etmiş bir dergi olarak değerlendirilmelidir.

Oku dergisi kapak resimleri, işlediği konular, süreç içinde sayılarına eklediği bölümler, yazar profili vb. açılardan daha pek çok araştırmaya kaynaklık edebilecek zengin bir içeriğe sahiptir. Oku dergisi hakkında farklı perspektiflerden çalışmaların yapılması derginin İslami dergicilik içindeki statü ve rolünün netleştirilmesi açısından önerilebilir.

### Kaynakça

- Akgün, B. ve Çalış, Ş. H. (2002),“Tanrı Dağı Kadar Türk, Hıra Dağı Kadar Müslüman: Türk Milliyetçiliğinin Terkinde İslamcı Doz”, Tanıl Bora ve Murat Gültekinil (Ed.),*Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce Milliyetçilik Cilt 4, İletişim Yayınları*:İstanbul, s. 584-600.
- Alver, K. (2018),“Edebiyat Sosyolojiye Ne Anlatır?”,Mehmet Ali Akyurt. (Ed.), *Edebiyat ve Sosyoloji Seminerleri I*, Alfa Yayınları: İstanbul, s. 13-35.
- Aydın, T. (2016),“Tohum Dergisi Semiyolojik Bir Okuma”, Vahdettin Işık, Ahmet Köroğlu ve Yusuf Enes Sezgin (Ed.), *1960-1980 Arası İslamcı Dergiler Toparlanma ve Çeşitlenme*, Nobel Yayıncılık: Ankara, s. 467-483.
- Başgil, A. F. (2016),*Din ve Laiklik*, Kubbealtı Neşriyat. İstanbul.
- Bora, T. (1998),*Türk Sağıının Üç Hali: Milliyetçilik, Muhafazakârlık, İslamcılık*, İletişim Yayınları: İstanbul.
- Cengiz, C. (2008), *Türkiye’de İslamcılığın Tarihsel Seyri ve İslam Dergisi*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Çaha, Ö. (2004),“Ana Temalarıyla 1980 Sonrası İslami Uyanış Demokrasi, Çoğulculuk ve Sivil Toplum”, Tanıl Bora ve Murat Gültekinil (Ed.), *Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce İslamcılık Cilt 6*, İletişim Yayınları: İstanbul, s. 476-492.
- “Çıkarırken...” (1961), *İslam’ın İlk Emri Oku Dergisi*, sayı 1, s. 1
- Çiğdem, A. (2004),“İslamcılık ve Türkiye Üzerine Bazı Notlar”, Tanıl Bora ve Murat Gültekinil (Ed.), *Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce İslamcılık Cilt 6*, İletişim Yayınları: İstanbul, s. 26-34.
- Duran, B. (2004), “Cumhuriyet Dönemi İslamcılığı”,Tanıl Bora ve Murat Gültekinil (Ed.),*Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce İslamcılık Cilt 6*, İletişim Yayınları: İstanbul, s. 129-136.
- Işık, V. (2016),“İslamcılığı Yeniden Düşünmek: Geçmiş Düşünmenin Ahlakı ve Geleceği Düşünmenin İmkanı”, Vahdettin Işık, Ahmet Köroğlu ve Yusuf Enes Sezgin (Ed.), *1960-1980 Arası İslamcı Dergiler Toparlanma ve Çeşitlenme*, Nobel Yayıncılık: Ankara, s. 163-180.
- Kara, İ. (1985),“Cumhuriyet Türkiye’sinde Dini Yayıncılığın Gelişimi Üzerine Birkaç Not”, *Toplum ve Bilim Dergisi*, 29/30, s. 153-177.
- Kara, İ.(1986),*Türkiye’de İslamcılık Düşüncesi /Metinler-Kişiler Cilt I*, Risale Yayınları: İstanbul.
- Kara, İ. (1998),*Şeyh efendinin Rüyasındaki Türkiye*, Kitabevi Yayınları: İstanbul.
- Kara, İ. (2013),“Türkiye’de İslamcılık Düşüncesi ve Hareketi Üzerine Birkaç Söz”, İsmail Kara ve Asım Öz (Ed.), *Türkiye’de İslamcılık Düşüncesi ve Hareketi Sempozyumu Tebliğleri*, Zeytinburnu Belediyesi Kültür Yayınları: İstanbul, s. 15-43.
- Kara, İ. (2004), “İslamcı Söylemin Kaynakları ve Gerçeklik Değeri”, Tanıl Bora ve Murat Gültekinil (Ed.),*Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce İslamcılık Cilt 6*, İletişim Yayınları: İstanbul, s. 34-48.
- Karasar, N. (2012),*Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Nobel Yayıncılık: Ankara.
- Keten, E.T. (2014),*Muhafazakârlığın Değişen Yapısı ve Muhafazakâr Medya*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Koçak, C. (2002),“Türk Milliyetçiliğinin İslâm’la Buluşması: Büyük Doğu, Tanıl Bora ve Murat Gültekinil (Ed.), *Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce Milliyetçilik Cilt 4, İletişim Yayınları*: İstanbul, s. 601-613.

- Köroğlu, A. (2016), "Türkiye'de İslamcılık Düşüncesinin Seyrini Dergiler Üzerinde Okumak", Vahdettin Işık, Ahmet Köroğlu ve Yusuf Enes Sezgin (Ed.), *1960-1980 Arası İslamcı Dergiler Toparlanma ve Çeşitlenme*, Nobel Yayıncılık: Ankara, s.5-40.
- Kurtoğlu, Z. (2004), "Türkiye'de İslamcılık Düşüncesi ve Siyaset", Tanıl Bora ve Murat Gültekinil (Ed.), *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce İslamcılık Cilt 6*, İletişim Yayınları: İstanbul, s. 201-207.
- Öz, A. (2016), "Kenetlenmenin İmkansızlığı: 1960-1980 Dönemi İslamcı Dergiciliğinin Macerası Üzerine Bir Değerlendirme", Vahdettin Işık, Ahmet Köroğlu ve Yusuf Enes Sezgin (Ed.), *1960-1980 Arası İslamcı Dergiler Toparlanma ve Çeşitlenme*, Nobel Yayıncılık: Ankara, s. 73-160.
- Subaşı, N. (2004), "1960 Öncesi İslami Neşriyat: Sindirilme, Tahayyül ve Tefekkür", Tanıl Bora ve Murat Gültekinil (Ed.), *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce İslamcılık Cilt 6*, İletişim Yayınları: İstanbul, s. 217-237.
- Tantik, A. (2010), "İslamcılık ve Edebiyat. Tasfiye", No: 25 Temmuz-Ağustos Sayısı, s.2.
- Tekelioğlu, H. (2019). H. Budak tarafından gerçekleştirilen röportaj {ses kaydı}. Konya.
- Türkmen, H. (2011), "Türkiye İslamcılığı Sağcı, Devletçi ve Milliyetçi", *Cumhuriyet, Milliyetçilik ve İslamcılık: Türkiye Söyleşileri 5*, Küre Yayınları: İstanbul, s. 141-155.
- Ünüvar, K. (2002), "İttihatçılıktan Kemalizme İhyadan İnşaya", Tanıl Bora ve Murat Gültekinil (Ed.), *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce Cumhuriyet'e Devreden Düşünce Mirası Tanzimat ve Meşrutiyet'in Birikimi Cilt 1*, İletişim Yayınları: İstanbul, s. 129-142.
- Yetim, F. (2017), "Ahlakçılık Düşüncesi Bağlamında Nurettin Topçu'nun İslamcılık Eleştirisi", *Tarih ve Gelecek Dergisi*, 3 (1), s. 10-23.

## Extended Abstract

### Aim and Scope

In Turkey, every journal has been published because of requirements and so as to satisfy them. Furthermore, every journal has a characteristic that mirrors the national and international dynamics of change of its respective historical period in which it is published. From this perspective, it is the main objective of this study to portray the journal "İslam'ın İlk Emri Oku" (The First Commandment of Islam: Read), one of the many journals that are representative of Islamist journal which are essential for Islamist thought. It is worth to examine the journal Oku because of its principles and mission. Accordingly, the present study aimed to introduce the main characteristics of journal "İslam'ın İlk Emri Oku", and pinpoint its position among Islamist thought and publication. At a specific level, these purposes will help to uncover and process the raw data hidden in the journal Oku, and, at a general level, to present symbiotic relations between Islamist thought and journals in order to grasp the ethos of the period.

### Methods

This study was conducted in parallel with "single survey model" which is part of the exploratory general survey models. A general survey model is a research model aimed to investigate either the whole population or its sample in order to obtain a general idea of the population. As a component of general survey models, single survey model explores the subjects, units or situational variables one by one and separately (Karasar, 2012: 79). According to this research model, total 209 issues, published in 1961-1979 period, were surveyed based on the information about subject, author, and issue-specific content.

The articles published within Oku were classified under topics based on particular themes. By this way, it was possible to reduce the number of subject topics so as to get statistically significant results. The data from the journal Oku were analyzed and tabulated by SPSS package.

### Findings

As expressed on the cover, "İslam'ın İlk Emri Oku" was a monthly "religious, social, literary" journal. In the partial democratic environment brought about by the transition to multiparty politics, its first issue was published in March 1961 by "Alumni Association of Turkish Imam Hatip Schools" in Konya. After the 209<sup>th</sup> issue was published in October 1979, the journal ceased to be published due to the political conditions of the period.

The articles published in the journal mostly came from the students and the graduates of The Higher Institute of Islam. Some of these writers would be the authors of important Works who contributed to religious publication and intellectual production in Turkey in the following years. Hence, at the survey stage, every author's name in the journal was coded. It



was observed that there were more than 3000 articles published by morethan 600 authors throughout the lifetime of the journal.

The journal Oku presented to its reader a wide range of topics. Codingall subjects one by one was chosen due to our method. In this context, the articles published in the journal was classified under 43 subject topics. We paid most attention to classify objectively the articles in the İslam'ın İlk Emri Oku, however, this classification process contains some subjectivity. The themes such as Islam, Islamic sciences, religious education and in stitutes, and literature can be regarded as long-term "structural themes".On the otherhand, the themes like prayer in Turkish, rural issues, Turkish society, and communism are "conjunctural themes" which depends on the periodical conditions of the country. However, it is observed that the journal contained some particular themes such as health, and art which were current topics then in the country.

### **Conclusion**

The long-standing journal "İslam'ın İlk Emri Oku" was formed by, and contributed to, the developmental process of Islamism and Islamic journalism in Turkey. The journal could add new topics to its structural themes through out its publication. In addition to the wide range of topics covered by the journal, one of there mark able points is its uncompromising Islamist language and attitude.

The journal Oku, in its first years of publication, intended to preserve the Islamic way and remind the forgotten following earlier Islamist thought's path. After Islamist thought produced its social and political project, with a similar tendency, also being affected by translated work, the journal began to touch on the possibility and "how-to-do" of an Islamic society.

Oku, rather than actively participate in Islamist politics, preferred to stand as a "religious, social, literary" journal, and aimed to raise awareness of the readers religious and intellectually. While this was its publication policy, it can be concluded that the journalcouldn't build a considerable philosophy against the dominating paradigms of the West, and produced some fast solutions to the practical problems caused by Western capitalism and Eastern socialism. Despite these short comings, however, Oku must be regarded as a journal that contributed to, and served, Islamist thought.

# Miladi 1840-1850 Tarihli Reaya Defterlerine Göre Trabzon Vilayeti Akçaabat Nahiyesinde Yaşayan Rum Nüfusunun Demografik ve Sosyo-Ekonomik Yapısı<sup>1</sup>

## Demographic And Socio-Economic Structure of The Greek Population Living in The Trabzon Province Township of Akçaabat According to Reaya Books of 1840-1850

Mustafa Ali Uysal<sup>2</sup>, Kazım Kartal<sup>3</sup>

### Öz

Trabzon'un fethinden önce Akçaabat, eyalet anlamında bir idari birimi ifade eden "thema" adlı idari bir birim içerisinde küçük bir yerleşim yeri idi. Trabzon'un ele geçirilmesinden sonra ilk olarak nereye bağlandığı konusu kesinlik kazanmamıştır. Şehrin sancak haline getirildiği ve ilk sancak beyinin Kasım Bey olduğu kayıtlıdır. 1514'te Çaldıran Savaşı'ndan sonra stratejik açıdan önemi dolayısıyla Bayburt yöresine vali tayin edilen Bıyıklı Mehmet Paşa Trabzon'un kontrolünü de üstlenince yeni bir idari sistem teşekkül etti. 1520 yılında Vilâyet-i Rum-ı Hadis adlı yeni idari birime bağlandı. Bu vilâyet Irakeyn Seferi sırasında, 1535 yılında, yeni kurulan Erzurum beylerbeyliğine dâhil edildi. Sancak; Trabzon, Giresun, Kürtün, Torul, Of, Rize, Pazar (Atina), Arhavi, Hemşin adlı kazalardan oluşuyordu. Trabzon kazası; Akçaabat, Maçka, Yomra ve Sürmene nahiyelerinden müteşekkildi. 1578 Osmanlı-Iran seferi esnasında lojistik destek bakımından önemi arttığı için Batum'la birlikte müstakil beylerbeylik haline getirildi. 1583 tarihinde nahiyenin batı sınırı Yavabolu'dan başlamakta, doğuda Değirmendere vadisine kadar uzanmaktaydı. Güney sınırı ise Torul kazasına dayanmaktadır. Güneydoğu sınırını ise Maçka nahiyesi teşkil etmekteydi. XVII. yüzyıl başlarında her ikisi beylerbeylik / eyalet olarak anıldı. Buraya Batum ve Gönnye sancakları dâhildi.

Bu çalışmada Başbakanlık Osmanlı Arşivi'nde bulunan NFS.d. kodlu ve 7104 numaralı Trabzon vilayeti, Trabzon sancağı, Trabzon, Yomra nahiyesi, Akçaabat nahiyesi, Vakfısagır nahiyesi Reaya defteri, NFS.d. kodlu ve 7105 numaralı Trabzon vilayeti, Trabzon sancağı, (Trabzon) Yomra nahiyesi, Of, Rize, Batri, Kura-i Vandari, Akçaabat, Giresun, Vakfısagır, Keşab, Sürmene, Vakfikebir, İskefiye, Tirebolu Karışık defteri ve NFS.d. kodlu ve 7106 numaralı Trabzon vilayeti, Trabzon sancağı, (Trabzon) Yomra nahiyesi, Sürmene, Of, Vakfikebir, Akçaabat, Giresun, Keşab, Rize, Tirebolu Reaya defterleri değerlendirilmeye tabi tutularak Akçaabat'ta yaşayan Rum nüfusunun demografik ve sosyo-ekonomik yapısı ortaya konulmaya çalışılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Akçaabat, Rum, Demografi, Sosyo-ekonomi.

### Abstract

Prior to the conquest of Trabzon, Akcaabad was a small settlement site within an administrative unit called thema, which means an administrative unit in the province. At the end of the capture of Trabzon, it was not certain where the first place was bound. It is recorded that the city was made a starboard and that the first starter's brain was Kasım Bey. After the Çaldıran War in 1514, a new administrative system was formed when Bıyıklı Mehmet Pasha, who was appointed Governor of Bayburt region due to its strategic importance, undertook the control of Trabzon. In 1520 a new administrative office named Vilayet-i Rum-i Hadis was connected. This province was included to, the newly founded Erzurum Grand Seigneur during the Irakeyn Expedition, in 1535. Sanjak was consist of some towns like Trabzon, Giresun, Kürtün, Torul, Of, Rize, Pazar (Athens), Arhavi, Hemşin. Trabzon province was consist of Akcaabat, Maçka, Yomra and Sürmene towns. During the Ottoman-Iran campaign in 1578, with the importance of logistical support increased and with Batum it became an independent grand seigneur. In 1583, the nineteenth century began to descend from east Yavabolu, and to the west the Valley of Degirmendere. The southern boundary is based on the Torul town. The south-east border was the Maçka district. In the early 17th century, both of them were referred to as grand seigneur / province. Batum and Gönnye sanjaks were included here.

In the Prime Ministry Ottoman archives coded NFS.d. and Trabzon province numbered 7104, Trabzon sanjak, Yomra township, Akçaabat township, Vakfısagır township the book of Reaya, NFS.d. coded and 7105 Trabzon province, Trabzon sanjak, (Trabzon) Yomra township, Of, Rize, Batri, Kura-i Vandari, Akçaabat, Giresun, Vakfısagır, Keşab, Sürmene, Vakfikebir, İskefiye, Tirebolu Mixed notebook and NFS.d. coded and number of 7106, Trabzon sanjak, (Trabzon) Yomra township Sürmene, Of, Vakfikebir, Akçaabat, Giresun, Keşab, Rize and Tirebolu Reaya notebooks have been evaluated and the demographic and socio - economic structure of the Greek Cypriot population living in Akçaabat through the evaluation of the books coded will be studied.

**Keywords:** Akçaabat, Greek, demography, socio-economy.

### Araştırma Makalesi [Research Paper]

**Submitted:** 27 / 09 / 2019

**Accepted:** 25 / 01 / 2020

<sup>1</sup> Bu çalışma 12-14 Ekim 2018 tarihlerinde Trabzon'da gerçekleştirilen Uluslararası Dünden Bugüne Akçaabat Sempozyumunda sözlü olarak sunulan bildirinin genişletilmiş halidir

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, mauysal@mehmetakif.edu.tr.

<sup>3</sup> Dr. Öğr. Gör., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, kartalkazim44@gmail.com, orcid: 0000-0001-5550-6808

## Giriş

15-16. yüzyıllarda Osmanlı Devleti'nde şehir tarihçiliği hakkında araştırma yapmak isteyen bir araştırmacının başvuracağı en önemli kaynak tahrir defterleridir. Sözlük anlamı olarak Tahrir; yeni zapt edilen memleketlerin arazisini tescil ve toprağın mülkiyet ve tasarruf sistemini, Osmanlı mali teşkilatındaki vergilerin tayin ve mükelleflerin tespiti için yazılarak kayıt edilmesi anlamına gelmektedir (Sertoğlu, 1986, s. 326). Farklı dönemlerde birçok bölgede gerçekleştirilen bu sayımların kaydedildiği defterlere de Tahrir defterleri denilmektedir (Öz, 2010, s. 425; Kartal, 2013). Bu defterler Osmanlı Devletinin klasik döneminde gerçekleştirilmiş genel sayımların sonuçlarını içinde barındırmaktadır (Emecen, 1991, s. 144). Genel anlamda tarihçiler, Osmanlıda nüfusa ilişkin kaynakları iki döneme ayırmışlar ve bunlardan birincisini 15-19. yüzyıllar arasını kapsayan dönem, ikincisini ise 1830'dan sonra modern anlamda yapılmaya başlanan nüfus sayımları dönemi olarak nitelendirmişlerdir (Alikılıç, 2013, s. 19).

Klasik çağ Osmanlı Devleti'nde nüfus bilgileri hakkında tahrir defterleri bize tahmini bilgi vermiştir. Ancak 1830 yılında II. Mahmud dönemi ile birlikte modern anlamda nüfus sayımları yapılmaya başlanmış ve nüfus bilgileri için daha sağlıklı bilgilere ulaşmamıza olanak verilmiştir. (Karal, 1995, s.9 vd.) Gayrimüslim nüfusu için ise sadece nüfus defterlerinin değil aynı zamanda cizye defterlerinin de önemi büyüktür. Cizye vergisi hakkında bilgi vermek gerekirse;

Osmanlı Devleti'nde gayrimüslimlerle ilgili uygulamalar İslam hukukunun zimmet hukuku dairesinde şekillenmiştir. Zimmet sözleşmesinin şartlarına kısaca baktığımızda, İslam Devleti, İslam toprağı olmayan dünyayı İslam memleketi haline getirmek için cihad politikası gütmektedir. Buradaki temel amaç, tüm dünyayı İslam hâkimiyetine sokmak değil; din esaslarını ve hak ile adaleti korumak, kulların Allah'a karşı vazifelerini en iyi şekilde ancak İslam idaresi altında gerçekleştirebileceklerinin düşünülmesidir (Özel, 1982, s. 65; Şahin, 2015, s. 48 vd.).

Kur'an'ın bazı ayetlerinde Müslümanlarla birlikte Hıristiyanlar ve Yahudiler de kitap ehli olarak sayılmış, onların da ahiret gününe inanan ve salih amel işleyenlerine korku olmadığı belirtilmiştir. (Şahin, 2015, s. 48 vd.). Bakara Suresi 62. ayeti "Şüphesiz ki iman edenlerle ve Yahudilerden, Hıristiyanlardan, Sabiilerden her kim Allah'a ve ahiret gününe gerçekten inanır ve salih amel işlerse elbette bunların rableri katında ödülleri vardır. Bunlara bir korku yoktur. Bunlar üzülecek de değillerdir". (Yazır, 211, s. 8) derken; Maide Suresi 69. ayeti "Şüphe yok ki, iman edenler ve Yahudiler, Sabiler, Hıristiyanlar, bunlar içinde her kim Allah'a ve ahiret gününe iman edip de, salih amel yaparsa, artık onlara korku yoktur. Ve onlar üzülecek değillerdir." (Yazır, 211, s. 48) ayetlere baktığımızda Zimmilerin can, mal ve ailelerini her türlü tehlikeye veya düşmana karşı korumak İslam devletinin sorumluluğu altında olduğu söylenebilir. İslam devleti sözleşmenin tarafı sıfatıyla zimmilerin kadın ve çocuklarının hayatlarını tehlikeye karşı korumayı, garanti altına almaktadır.<sup>4</sup>

İlk zimmet anlaşmalarında zimmi olabilmenin şartı olarak gayrimüslimlere bir takım mali yükümlülükler getirilmiştir. Bunlardan sözlük anlam olarak "kafi gelmek, karşılığını vermek ve ödemek" olan cizye, terim olarak "İslami bir vergi olup, İslam devletlerinde zimmet hukuku çerçevesinde gayrimüslim halktan toplanan vergiyi ifade etmektedir (Özel, 2001, s. 35-50). Hasta, sakat,<sup>5</sup> akli dengesi yerinde olmayan,<sup>6</sup> işsiz ve din adamı olanlar cizye vergisinden muaf tutulmuşlardı. Yaşları 14-70 yaş arasındaki<sup>7</sup> bütün gayrimüslim erkeklerden askerlik hizmetleri karşılığında cizye vergisi alınmıştır.

XIX. yüzyılda gayrimüslim nüfusun demografi ve iktisadi yapısını araştırmak isteyen bir araştırmacının başvurması gereken en önemli kaynaklar nüfus defterleri ve cizye defterleridir. Bu çalışmada Akçaabad hakkında genel bir bilgi verildikten sonra nüfus defterlerinden hareketle Akçaabad'da yaşayan gayrimüslim nüfusun iktisadi ve demografik yapısı tespit edilmeye çalışılmıştır.

## 1. Akçaabad Siyasi Tarihi

Günümüzde Akçaabad Trabzona bağlıdır. Osmanlı öncesi devirde Akçaabad ismi üzerinde yapılan araştırmalara baktığımızda, Akçaabat'ın eski adının XIV. yüzyıl başlarından itibaren Platana veya Platena olduğu bilinmektedir. Yapılan araştırmalara göre Trabzon'un 14 km batısında yer alan Platana, kuzeybatı taraftan iyi muhafaza edilmiş kötü hava şartlarına karşı Trabzon limanına alternatif bir özellik taşıması açısından önem arz etmektedir. Bölgenin Osmanlı Devleti tarafından fethedilmesinden sonra yapılan 1486 tarihli tahrirde yörenin adı, bazen Akçaova bazen de Akçaabat olarak geçmekteydi (Şahin, 2014, s. 19-22).

<sup>4</sup> Osmanlı Yönetiminde Gayrimüslim tebaanın yönetimi ile ilgili detaylı bilgi için bkz; Bilal Eryılmaz, *Osmanlı Devletinde Gayri Müslim Tebaanın Yönetimi*, Risale yay., İstanbul 1996.

<sup>5</sup> B.O.A., NFS, d., no:1129.

<sup>6</sup> B.O.A., NFS, d., no:1129.

<sup>7</sup> B.O.A., NFS, d., no:1129, s. 3-4.

Osmanlı dönemi Akçaabat nahiyesine bağlı köylerden biri de Polathane idi. Akçaabat'ın merkezi olan Polathane'nin kuruluşu ile ilgili herhangi bir malumatımız bulunmamasına rağmen eldeki kaynaklara göre M.Ö. III.-II. yüzyıllar arasında kurulduğu anlaşılmaktadır (Topal, 2010, s. 18).

Fatih Sultan Mehmet, 1461 yılında Trabzon'u fethetmesi<sup>8</sup> ile birlikte, Akçaabat'ı da Osmanlı devletinin topraklarına katmıştır. Trabzon'a çok yakın olması bürokratik işlemlerinin bazen Trabzon ile birlikte yapılmasını gerektirmesine rağmen, genellikle Akçaabat Nahiyesi adı altında ayrı bir idari birim olarak değerlendirilmiştir. 1486 tarihli defterdeki kayıtlardan yararlanılarak yapılan çalışmalara bakıldığında Akçaabat nahiyesinin sınırları, batı sınırı Yavabolu burnu, bu burnun civarında yer alan Yavabolu köyünün nahiyeye sınırları içerisinde yer aldığı görülmektedir. Güneyde ise, Gümüşhane'nin Torul kazasının bir bölümü ile sınırdışıdır. Bu sınırdışlık güneydoğuda Maçka nahiyesinin köyleri ile devam edip doğuda Divranos ve Mesaryo köylerini içerisine alıp Ayasofya kilisesinden denize ulaşmaktaydı. Kuzeyinde ise Karadeniz bulunmaktaydı (Topal, 2010, s. 19).

1583 yılındaki sınırlarına bakıldığında ise, batı sınırı Yobol Burnu'ndan başlamakta, güneyde Tonya ve Sidiksa köylerini içerisine almaktaydı. Güneydoğuda Maçka nahiyesiyle sınır oluşturup, doğuda Mesariya ve Divranos köylerini kapsamaktaydı. Akçaabat nahiyesinin sınırlarında ufak tefek değişiklikler olsa da XVII. Yüzyıla kadar bütünlüğünü muhafaza ettiğini söylemek mümkündür (Topal, 2010, s. 19).

İlerleyen dönemlerde başka köylerin dahil edilmesiyle birlikte nahiyenin sınırlarının genişlediği de görülmektedir. Tanzimat dönemindeki yeniden yapılanma ile birlikte Ağasar vadisindeki yerleşmelerin de Akçaabat kazasına dahil edilmesiyle Akçaabat nahiyenin sınırları genişlemiştir. 1840 yılı Akçaabat nüfus defterine göre ise Akçaabat batı sınırının Yoros burnundan başladığı, güneyde Sidiksa ve Haçka köylerini de kapsayarak doğuda Divranos, Çukurçayır ve Holomana köylerini kapsayıp, Ayasofya Kilisesinden Karadeniz'e ulaştığı görülmektedir (Topal, 2010, s. 19).

## 2. Akçaabat'ta Yaşayan Gayrimüslimlerin Nüfusu

Osmanlı devletinde modern manada nüfus sayımının yapılması ile birlikte 1835 yılında Akçaabat'ta da nüfus sayımının ilk nüfus sayımının yapıldığı görülmektedir. 1835 yılında yapılan nüfus sayımına göre Akçaabat'ta 5 mahalle 86 köy olmak üzere toplam 91 yerleşim birimi bulunmaktadır. Bu 91 yerleşimden iki mahalle ve dört köyde sadece gayrimüslimler yaşamaktaydı. Köy ve mahallelerin 57'sinde sadece Müslümanların yaşadığı görülmektedir. 1835 tarihli nüfus sayımına göre Akçaabat'ta 8.645 erkek Müslüman nüfus ve 2.603 gayrimüslim erkek nüfus yaşamaktaydı (Birinci, Çakıcı, Topal, 2012, s.23-25).

Akçabaat'ta 1836 tarihli nüfus defterlerine bakacak olursak;

**Tablo 1. Polathane Kasabasında Yaşayan Rumlar<sup>9</sup>**

Meslek	Ekonomik Durumu	Yaş	Fiziki Özellikleri	Vefat Ettiği Yıl	Vefat Ettiği Yer
Müdür	Evsat	45	Uzun boylu kara bıyıklı	-----	-----
Müdür	Evsat	45	Uzun boylu sarı bıyıklı Kostantin veled Nikola	27 Mart 1859	Asitane
Yoğurtçu	Evsat	60	Aksakallı oğlu Yorgi	1836	Asitane
Köle	Evsat	45	Orta boylu Dimitri	1836	Asitane

Polathane kasabasında yaşamış olan Rumların mesleklerine bakıldığında iki kişinin müdürlük görevi yaptığı, bir kişinin yoğurtçu olduğu ve bir kişinin ise köle olduğu görülmektedir. Ancak köle olarak kaydedilen kişinin meslek değil de lakap olarak kullanıldığı, ekonomik durumunun evsat olarak kaydedilmesinden anlaşılmaktadır. Zira meslek köle olarak kaydedilse ekonomik durumunun orta halli olmaması gerekir. Dikkat çeken bir diğer durum ise bunların İstanbul'a göç

<sup>8</sup> Fatih Sultan Mehmet Trabzon'un stratejik konumun önemli olması hasebiyle tahta geçtiği zaman Trabzon'u almak istediğini çevresindekilere açıklamıştır. "Ve bil-cümle bir gün Hünkâr Mahmut Paşa'ya eyitti: "Mahmut, birkaç niyetim var. Umarım ki Hak Teala ben zayıfa kuvvet verip, anı nasib ede. Evvel biri, şol İsfendiyar vilâyetidir ki, Kastamonu ve Sinob ve Koyul-hisar'dır. Benim huzurumu bunlar giderir. Ve biri şol Trabzon'u bir cünüb kafir yiyip yürür. El-hasil bunlar benim maksudumdur. Gece ve gündüz hayalimden gitmez" demiştir. Bkz., Kenan İnan, "Trabzon'un Osmanlılar Tarafından Fethi", S.14, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2003, s.71-84.

<sup>9</sup> B.O.A., NFS, d., no:1129.

etmesidir. Vefat yerleri olarak İstanbul kaydedilmiştir. Bu da aslında bu dönemde Akçaabat'ın ekonomik durumunu veya sosyal durum nedeniyle göç yaşadığını bizlere göstermesi açısından önemlidir.

**Tablo 2. Akçaabat Nahiyesinde Yaşayan Rumların Ekonomik Durumu**

Akçaabat'a Bağlı Mahalleler, Köyler ve Kasabalar	Vergi Vermekle Mükellef Kişi Sayısı	Ekonomik Durumları <sup>10</sup>	Ödedikleri Toplam Vergi Miktarı	En Yüksek Yaş Oranı
Polathane kasabası	192	Ala: 17 Evsad:87 Edna:11 Mande:4	3795	Aksakallı Yane veled Apostol yaş 100
Galinoz	155	Ala:11 Evsad:68 Edna:5 Mande:0	2775	95
Ahanda	24	Ala:1 Evsad:8 Edna:6	390	65
Esterkitay? Esterkatay	59	Evsad:35 Edna:10	1200	90
Karziya	82	Evsad:49 Edna:33	1965	90
Mersin	59	Ala:4 Evsad:15 Edna:14	900	90
Ayagorgor ve Savarokso/Savaroksa	96	Ala:1 Evsad:31 Edna:23	1335	65
Rahnovi/Jangovi ??	41	Ala:1 Evsad:9 Edna:14	540	60
Akçaabat tabi karye	15	Evsad:1 Edna:7	100	45
Kalçıya	10	Evsat :7	210	50

**Galinoz** mahallesinde bir papazın deftere kaydedilmiş olduğu ve bu kişinin ise 32 yaşında kara sakallı Keriyo oğlu Papaz Todor olduğu tespit edilmiştir. Ekonomik durumlara baktığımızda Ala seviyesinde olan yani en yüksek düzeyde vergi veren kişi sayısının en fazla olduğu yer olarak Polathane kasabası görülmektedir. En fazla vergi miktarı ise gene Polathane kasabasında toplanmıştır. Ayrıca devlete hizmet eden müdürlük yapan iki kişinin olduğu da görülmektedir.

**Ahanda** karyesinde ise ala seviyesinde vergi veren bir kişinin bulunduğu ve bunun mesleğinin ise Kâhya olduğu tespit edilmiştir. Bu karye ile ilgili başka herhangi bir meslek grubu bulunmamaktadır. Köyde ayrıca 9 tane de çocuk kaydedilmiştir. Vergi veren kişi sayısına baktığımızda bu köyde bulunan Rum nüfusunda sağlık açısından halkın herhangi bir özrünün bulunmadığı sonucuna ulaşmak mümkündür.<sup>11</sup>

**Esterkitay/Esterkatay**'da ? toplamda 59 kişi bulunmaktadır. Bunlardan Evsad (30 Kuruş) vergi veren kişi sayısı 35 kişidir. Edna (15 Kuruş) seviyesinde vergi veren kişi sayısı ise 10 kişi olduğu tespit edilmiştir. 13 kişi ise çocuktur. Bir kişi ise vergiden muaftır. Ayrıca ekonomik anlamda ödenen vergilere baktığımızda maddi durumları iyi kimsenin olmaması köy halkının iktisadi yapısının iyi olmadığını bizlere göstermektedir.

<sup>10</sup> Ala: alınan en yüksek vergi miktarı olup kişi başı 60 kuruş, Evsad: orta gelirli kişilerden alınan vergi miktarı olup 30 kuruş, Edna: maddi durumları yerinde olmayan ancak çalışan kişilerden alınan vergi miktarı olup 15 kuruş, Mande ise çalışmayacak durumda olan ve fakir olan kişileri tanımlamaktadır. Detaylı bilgi için bkz; Halil İnalçık, "Cizye", C.8, TDVIA, Ankara 1993, s.45-48; Halil İnalçık, *Osmanlı İmparatorluğu'nun Ekonomik ve Sosyal Tarihi*, C.1, Eren yay, İstanbul 2004, s.61-65; İbrahim Yılmazçelik & Kazım Kartal, "XIX Yüzyılın Ortalarında Urfa'da Yaşayan Gayr-İ Müslimlerin Demografik ve İktisadi Yapısı Hakkında Bir Değerlendirme", *Sosyal, Beşeri Ve İdari Bilimler Alanında Araştırma ve Değerlendirmeler*, Edit: Sait Erdal Dinçer & Sinan Sönmez vd., C.1, Gece Akademi, Ankara 2019, s.193-209; Kazım Kartal & Serpil Sevim Kartal, "H.1256/ M.1840-41 Tarihli Müslim Nüfus Defterlerine Göre Karahisar-ı Develi (Yeşilhisar) Kazâsı: Sosyo-Ekonomik Ve Demografik Yapısı", *Sosyal, Beşeri Ve İdari Bilimler Alanında Yenilikçi Yaklaşımlar*, C.2, Gece Akademi, Ankara 2018, s.112-130.

<sup>11</sup> Bkz: BOA, NFS, d., 1129., Ala:1, Evsad:8, Edna:6 kişi, çocuk sayısı 6 olarak kaydedilmiştir. Toplam yaşayan kişi sayısı 24 olması ve kimsenin vergiden muaf olmaması sağlık durumlarının iyi olduğunu, herhangi birinde özür durumlarının olmadığını bizlere göstermektedir.

**Karziya** köyünde, toplamda 79 kişinin olduğu gözlenmiştir. Bunlardan Evsad seviyesinde vergi veren kişi sayısı 49 iken Edna seviyesinde vergi veren kişi sayısı ise 33'tür. Bir kişi ise vergiden muaftır. Köyde bulunan çocuk sayısı 42'dir.

**Mersin** köyünde toplamda 59 kişinin bulunduğu görülmektedir. Ala seviyesinde vergi veren kişi sayısı 4 olduğu ve bunlardan birinin kır sakallı Çerkez oğlu Papaz Kostantin olduğu görülmektedir. Evsad seviyesinde vergi veren kişi sayısının 15, edna seviyesinde vergi veren kişi sayısının ise 14 olduğu görülmüştür.

**Ayagorgor ve Savarokso/Savaroksa** köyünde 96 kişiden Ala seviyesinde vergi veren kişi sayısının 1, Evsad olarak vergi veren kişi sayısının 31, Edna seviyesinde vergi veren kişi sayısının 23 olduğu, 41 tane çocuğun kayıtlı olduğu görülmektedir.

**Rahnovi/Jangovi**'de ?? toplamda 41 kişi olup Ala:1, Evsad:9 Edna:14, çocuk sayısı 14 kişi bulunmaktadır.

**Akçaabat tabi karye**'de toplamda 15 kişi kaydedilmiştir. Evsad:1, Edna 7, çocuk sayısı ise 7 olarak kaydedilmiştir. Köyün ekonomik durumuna baktığımızda, vergi veren kişilerin maddi durumlarının çok kötü olduğu görülmektedir.

**Kalçiya köyünde** ise 10 kişi kaydedilmiştir. Evsad sayısı 7 olup diğer kalan 3 kişi de çocuktur. Köyde kalanların fiziki durumlarında herhangi bir özrün söz konusu olmadığı görülmektedir.

Toplamda Akçaabat'a bağlı olan bir mahalle ve kasaba ile köylerde 733 Rum nüfusunun kaydedildiği görülmektedir. Diğer nüfus defterlerinde ise Sadece Rumlar değil gayrimüslimler toplam olarak ele alınmıştır.

Aşağıdaki tabloda da görüleceği gibi 1844 yılındaki nüfus sayımına baktığımızda Akçaabat maa Polathane olarak kaydedilen kişi sayısı 2.548 kişi iken askere alınan kişi sayısı ise 8 kişi olarak görülmektedir.<sup>12</sup> Trabzon kazaları olarak kaydedilen diğer yerlere baktığımızda ise Rize'de kaydedilen reaya sayısı 202, askere alınan kişi sayısı 1, Of kazasında toplam reaya sayısı 331, askere alınan kişi sayısı 1, Sürmene'de reaya sayısı 1399, askere alınan kişi sayısı 1, Trabzon merkezde ise toplam reaya 5156, askere alınan kişi sayısı 17, Giresun'da toplam kişi sayısı 1211, askere alınan kişi sayısı 4, toplam kaydedilen reaya sayısı ise 108.477 kişi olup askere alınan kişi sayısı ise 34 olarak kaydedilmiştir. (Tablo3)

**Tablo 3. 1844 Yılı Nüfus Defterine Göre Trabzon'da Bulunan Reaya ve Askere Alınan Kişiler**

Kaza adı	Reaya Sayısı	Askere Alınan Kişi Sayısı
Rize	202	1
Of	331	1
Trabzon merkez	5156	17
Akçaabad	2548	8
Giresun	1211	4
Toplam <sup>13</sup>	9448	31

Tablo dikkate alındığında en fazla reayanın kaydedildiği yer Trabzon'dan sonra Akçaabad olarak görülmektedir. Bu da aslında 1844 yılında Trabzon için Akçaabad'ın en önemli yer olması ve ekonomik olarak iyi bir konumda olması nedeniyle tercih edilen yer olması açısından önemlidir.<sup>14</sup>

5 Kasım 1850 tarihli Nüfus defterine baktığımızda ise Akçaabat'ın Polathane Mahallesi, Rum ve Ermeni nüfusunun yazılmadığı mahalle olarak belirtilmiştir. Molyane karyesinde reayası kaydedilmiştir. İslam nüfusunun hiç kaydedilmediği köy olarak, Suva/Sayra, Canani/Caneni/Cevizli köyü olarak kaydedilmiştir. İslam nüfusunun olduğu ancak kaydedilmediği köy ise Savaroksa olarak belirtilmiştir. 1850 tarihli Nüfus defterinde geçen köyler şu şekildedir; Molyane, Esteri, Doşule, Savra, Canani, Savaroksa, Doşule olmak üzere 6 köy ismi ve 1 mahalle isminin kaydedildiği görülmektedir.<sup>15</sup>

<sup>12</sup> B.O.A., NFS, d., no:3870.

<sup>13</sup> İncelemiş olduğumuz nüfus defterinin sonundaki toplam rakamlar olduğu gibi kaydedilmemiştir. Defterde geçen hesaplamalar şu şekildedir: Toplam askere alınan kişi sayısı 34 olarak kaydedilmiştir. Toplam reaya sayısı ise 10.847 olarak kaydedilmiştir. Muhtemelen hesaplanan kişiler deftere not edilmediği olabilir veya yanlış hesaplama sonucu olabilir. B.O.A., NFS, d., no:3870.

<sup>14</sup> B.O.A., NFS, d., no:3870.

<sup>15</sup> B.O.A., NFS, d., no:7105.

1850 tarihli diğer nüfus defterinde ise Maglavina, Savaruksa, Gozoysa, Esteri, Davserek, Sova<sup>16</sup> ve Ermenilerin yaşamış olduğu Polathane mahallesi ile Anbela köyleri kaydedilmiştir.<sup>17</sup>

1853 tarihli vergi kayıtlarında ise Trabzon sancağı kazaları<sup>18</sup> toplamı olarak 277 âlâ bulunurken toplanan vergi miktarı ise 16.620 kuruş, 5.306 evsat bulunurken bunlardan alınan vergi miktarı ise 159.180, 6.352 ednâ olarak kaydedilmiş ve alınan vergi miktarı ise 190.560 kuruş olarak belirlenmiştir. Toplam gayrimüslim kişi sayısı 11.935 kişidir. Toplam vergi ise 366.360 kuruş olarak belirlenmiştir.<sup>19</sup>

## Sonuç ve Değerlendirme

Görüldüğü gibi 1840-1850 yılları arasında Akçaabat kazasının gayrimüslimlerin tahminî nüfusu ve ekonomik yapısı hakkındaki bilgileri içeren en önemli kayıtlar cizye ve nüfus defterleri kayıtlarıdır. Bu kayıtların sunduğu bilgiler sonucu Akçaabat kazasının tahminî nüfusu ve ekonomik yapısı hakkında genel bir değerlendirme yapıldı. Ancak araştırma dönemindeki diğer arşiv kaynakları da incelendikten sonra nüfusun etnik ve dinî yapısı geniş boyutuyla ele almak mümkün olacaktır.

Çalışmamızın dayandığı arşiv belgeleri, B.O.A., *ML.VRD.CMH.d.1515*, B.O.A, *NFS, d., no:7106*, B.O.A, *NFS, d., no:3870.*, B.O.A, *NFS, d., no:7105*, B.O.A., *NFS, d., no:1129* defterleri oluşturmaktadır. 1836 tarihli B.O.A., *NFS, d., no:1129* Nüfus defterinden elde edilen bilgilerde ise, Akçaabat kazasına bağlı olan Polathane kasabasında yaşayan Rum nüfusu tespit edilmiş ve iktisadi yapıları değerlendirilmiştir. Diğer köylere oranla Polathane kasabasında Rumların ekonomik durumun daha iyi olduğu görülmüştür. Diğer köylerde ekonomik açıdan Rum nüfusunun iyi olmadığı ve bu nedenle de İstanbul'a göçün fazla olduğu tespit edilmiştir. Ancak sağlık durumlarına bakıldığında fiziki anlamda çok az kişide sorun olduğu görülmüştür.

Diğer Nüfus defterleri ve Cizye defterinde ise Trabzon ve Akçaabat'ta yaşayan gayrimüslim nüfus sayılarına ve ekonomik yapılarına ulaşılması açısından önemlidir. 1844 tarihli Nüfus defterinde Rize'de 202 kişi kalmaktadır. Bunlardan 1 kişi askere alınmıştır. Çalışmada ele alındığı gibi Of 331, Trabzon Merkez 5.156 kişi, Akçaabat 1.211 nüfusa sahiptir. 1836 tarihinden sadece çocuk sayısı hariç Rum nüfusu 733 kişi olarak kaydedilmiştir. Ancak 1846 yılında ise tüm gayrimüslim nüfusun 1.211 olarak kaydedildiği görülmüştür. Bu da aslında giderek gayrimüslim nüfusta azalmanın olduğunu göstermiştir. Muhtemelen iktisadi problemlerden dolayı 1836 yılında başlayan İstanbul'a göçler giderek artmış ve bu 1846 yılında kendini göstermiştir.

Sonuç itibariyle Akçaabat'ta yaşayan Rum nüfusunun tespiti için Müslüman ve gayrimüslim Nüfus defterlerinin yanında Temettüat ve Cizye defterleri de incelenmeli ve araştırmacılar tarafından mukayese edilerek sosyo ekonomik yapı ortaya konulmalıdır.

## Kaynakça

### Arşiv Kaynakları

#### Başbakanlık Osmanlı Arşivi (BOA)

B.O.A., *NFS, d., no:1129.*

B.O.A., *NFS, d., no:3870.*

B.O.A, *NFS, d., no:7105.*

B.O.A, *NFS, d., no:7106.*

B.O.A., *ML.VRD.CMH.d., 1515.*

Alikılıç, D. (2013), *Kaza-i Sürmene tabi-i Livay-i Trabzon Sürmene Nüfus Defteri (Sürmene-Araklı-Köprübaşı)*, Alioğlu Yayınevi, İstanbul.

Birinci-Çakıcı- Topal, A.M- M.- Z, *Akçaabat –Vakıkebir Nüfus Kütüğü (1835-1845)*, İstanbul 2012, s.23-25.

<sup>16</sup> Sova karyesinde 4 hane olduğu kaydedilmiştir. Ortalama tahmini nüfus olarak 20 kişinin yaşadığını söylemek mümkündür. Bkz: B.O.A, *NFS, d., no:7106.*

<sup>17</sup> B.O.A, *NFS, d., no:7106.*

<sup>18</sup> B.O.A., *ML.VRD.CMH.d., 1515.*

<sup>19</sup> B.O.A., *ML.VRD.CMH.d., 1515.*

- Emecen, F. (1991), "Sosyal Tarih Kaynağı Olarak Osmanlı Tahrir Defterleri", *Tarih ve Sosyoloji Semineri*, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Basımevi, İstanbul, s. 144.
- Eryılmaz B., (1996), *Osmanlı Devletinde Gayri Müslim Tebaanın Yönetimi*, Risale yay., İstanbul.
- İnan, K. (2003), "Trabzon'un Osmanlılar Tarafından Fethi", *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S. 14, ss. 71-84.
- İnalcık H. (1993), "Cizye", C.8, *TDVİA*, Ankara, s.45-48;
- İnalcık H. (2004), *Osmanlı İmparatorluğu'nun Ekonomik ve Sosyal Tarihi*, C.1, Eren yay, İstanbul.
- Kartal, K. (2019), *1100 Numaralı Müslüman Nüfus Defterine Göre Trabzon Vilayeti Maçka Kazasının Demografik Yapısı*, İKSAD, Edit: Nurullah Nehir, Ankara.
- Kartal K. & Kartal S. S.(2018), "H.1256/ M.1840-41 Tarihli Müslim Nüfus Defterlerine Göre Karahisar-ı Develi (Yeşilhisar) Kazâsı: Sosyo-Ekonomik Ve Demografik Yapısı", *Sosyal, Beşeri Ve İdari Bilimler Alanında Yenilikçi Yaklaşımlar*, C.2, Gece Akademi, Ankara, s.112-130.
- Öz, M. (2010), "Tahrir", *TDVİA*, C. 39, Ankara, s. 425.
- Özel, A. (1982), *İslam Hukukunda Milletlerarası Münasebetler ve Ülke Kavramı*, Marifet Yayınları, İstanbul.
- Özel, O. (2001), "Avarız Ve Cizye Defterleri", *Osmanlı Devleti'nde Bilgi Ve İstatistik*, Ankara, ss. 35-50.
- Sertoğlu, M. (1986), *Osmanlı Tarih Lügatı*, Enderun Kitabevi, İstanbul.
- Şahin, G. N. (2015), *Osmanlı Devleti'nde Gayrimüslim Tebaanın Hukuki Durumu*, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Trabzon, s. 48 vd.
- Şahin, İ. (2014), "Akçaabat' Adı Üzerine", *Dünden Bugüne Akçaabat Sempozyumu*, Akçaabat Belediyesi Kültür Yay., Akçaabat, ss. 19-22.
- Topal, Z. (2010), *1840 Tarihli Akçaabat Nüfus Kayıtları*, Akçaabat Belediyesi yay., Akçaabat, s. 18.
- Yazır, Elmalılı Muhammed Hamdi (2011), *Kur'ân-ı Kerim Meali*, (Sad. Mehmed Şirin Doğan), İstanbul: Seda Yayınları.
- Yılmazçelik İ. & Kartal K. (2019), "XIX Yüzyılın Ortalarında Urfa'da Yaşayan Gayr-İ Müslimlerin Demografik ve İktisai Yapısı Hakkında Bir Değerlendirme", *Sosyal, Beşeri Ve İdari Bilimler Alanında Araştırma ve Değerlendirmeler*, Edit: Sait Erdal Dinçer & Sinan Sönmez vd., C.1, Gece Akademi, Ankara, ss.193-209.



# Turist Rehberlerinin Turistlerin Hediyelik Eşya Satın Alma Davranışlarına Etkisi: Marmaris ve Kapadokya Örnekleri<sup>1</sup>

## The Effect of Tourist Guides on the Souvenir Behaviors of Tourists: Examples of Marmaris and Cappadocia

Hande Akyurt Kurnaz<sup>2</sup>, Abdullah Tanrısevdi<sup>3</sup>

### Öz

Alışveriş turizm içerisinde önemli etkinliklerden biridir. Özellikle son yıllarda turist beklentilerinin değişmesi, kur farkının olması, farklı turizm çeşitlerinin ön plana çıkması ile birlikte alışverişin de önemi artmıştır. Turist rehberleri meslek özelliklerinden dolayı turistlerle oldukça iletişim içerisinde bulunan birer turizm çalışanıdır. Destinasyonların tanıtım elçileri olarak görev yapmaktadır. Bu araştırmada turistlerin hediyelik eşya satın alma davranışları belirlenmeye çalışılmış ve araştırma iki farklı destinasyonda yürütülmüştür. Araştırmanın amacı Marmaris'e gelen İngiliz ve Türk turistler ile Kapadokya'ya gelen Güney Kore ve Türk turistlerin hediyelik eşya satın alma davranışlarının turist rehberleri açısından incelemektir. Araştırmada nitel veri toplama yöntemlerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre hediyelik eşya satın alma davranışı kültürler arasında belirli farklılıklar göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Hediyelik Eşya, Satın Alma Davranışı, Kültürel Farklılıklar, Turist Rehberleri, Turist

### Abstract

Shopping is one of the important activities in tourism. Especially in recent years, the importance of shopping has increased with the changes in tourist expectations, exchange rate difference and different types of tourism. Tourist guides are in intensive communication with tourists due to their professional characteristics. He serves as the promotional and cultural ambassadors of destinations. In this study, the gift buying behavior of the tourists was tried to be determined and the research was carried out in two different destinations. The aim of the research is to examine the gift buying behavior of British and Turkish tourists coming to Marmaris and South Korea and Turkish tourists coming to Cappadocia in terms of tourist guides. Semi-structured interview was used in the research. According to the results obtained, the behavior of buying souvenirs differs from cultures.

**Keywords:** Souvenir, Purchase Behaviour, Cultural Differences, Tourist Guides, Tourist

JEL: Z390

### Araştırma Makalesi [Research Paper]

**Submitted:** 01 / 10 / 2019

**Accepted:** 12 / 02 / 2020

<sup>1</sup> Bu çalışma Turistlerin Hediyelik Eşya Satın Alma Davranışlarının Kültürlerarası Boyutları: Marmaris ve Kapadokya örneği isimli doktora tezinden uyarlanmıştır.

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Turizm Fakültesi. handekurnaz@ibu.edu.tr, 0000-0001-9712-6387

<sup>3</sup> Prof. Dr., Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi. atanrisevdi@gmail.com, 0000-0002-6640-2008

## Giriş

Turizm endüstrisi sahip olduğu özellikler itibariyle farklı kültüre sahip kişilerin gerçekleştirildiği bir etkinlikler bütünüdür. Destinasyonlar çekici faktörleri sayesinde birçok farklı kültüre ait turistlere ev sahipliği yapmaktadır. Turizm faaliyetleri içerisinde temel gereksinimlerin karşılanması yanı sıra eğlence ve alışveriş faaliyeti de oldukça önemli yere sahiptir (Anderson, 1993). Günümüzde endüstrilerin çoğu farklı ürün ve hizmet alanları olsa bile, ürün ve hizmet kalitelerinin artırılması konusunda ve pazar payının genişletilmesi için farklı kültürlerin özelliklerini öğrenme zorunluluğu içine girmiştir (İslamoğlu, 2003).

Turizmin önemli gelir getiri unsurlarından biri alışveriştir. Alışveriş kavramı çok geniş olmakla birlikte hediyelik eşya kavramı kendi başına oldukça önem arz eden konuların başında gelmektedir. Çünkü hediyelik eşyaların anlamı hatıra ve hediyedir. Ülkelerin hatırasını, simgesini ve tatil deneyimlerini hediyelik eşyalarda görmek mümkündür. Satılan hediyelik eşyaların verilen paraya değmesi, bir daha tatil yapma konusunda istek uyandırması, merak duygusunu içermesi ve turistlere olumlu tatil anılarını yaşatması gerekmektedir. Temizkan ve Temizkan (2005) çalışmalarında da, komisyon oranlarının belirlenmesi, turizm tesislerinin daha kaliteli alışveriş merkezleri haline getirilmesi, dünyaca ünlü alışveriş merkezlerinin şubelerinin açılması ve yerel ürünlerin tanıtım faaliyetlerinde yer alması önerilerinde bulunarak alışveriş kavramının turizm endüstrisi içerisine daha fazla yayılması gerekliliğini vurgulamıştır.

Turistik harcamaların içerisinde yer alan alışverişin, önemli bir gelir kaynağına dönüşmesi önemlidir. Türkiye sahip olduğu mevcut kaynakları sayesinde çok farklı turist profilini bir araya getirerek farklı kültürlerin çeşitli taleplerine cevap verebilecek bir potansiyel taşımaktadır. Turistlerin beklentilerinin anlaşılması ve davranışlarının çözümlenmesi ile daha kaliteli alışveriş ortamı sağlanarak, turizm gelirleri içerisinde alışveriş payının artırılması mümkün olabilmektedir. Ayrıca hediyelik eşya ürünlerinin milli kültür yansıması olmasından dolayı farklı kültürler kapsamında farkındalık oluşturulması mümkündür. Yapılan araştırmanın konusu turistlerin hediyelik eşya satın alma davranışlarını incelemektir. Turizm sektörü çerçevesinde turist rehberlerinin rolü büyüktür. Bu anlamda çalışma kapsamında turist rehberlerinin görüşleri ele alınmıştır. Hediyelik eşya satın alma davranışında turistlerle birebir iletişim halinde olan rehberler bu konuda önem teşkil etmektedir.

Bu araştırmanın amacı, turistlerin hediyelik eşya satın alma davranışlarının kültürlerarası farklılıklarını turist rehberleri bakış açılarından yararlanarak ortaya çıkarmaktır. Nitel araştırma yöntemlerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme ile çalışmanın verileri toplanmıştır. Yapılan çalışmanın iki farklı destinasyonda yürütülmesi ve hediyelik eşya satın alma davranışının turistlerle birebir iletişimde olan rehberler ile gerçekleştirilmesi açısından önem taşımaktadır. Elde edilen sonuçlarla birlikte gelecek çalışmalara örnek oluşturmaktadır.

## 1. Turistik Alışveriş Davranışı

Turizm endüstrisinde giderek artan bir talep söz konusu olmaktadır. Artan talebi karşılamak üzere birtakım önlemlerin alınması gerekmektedir. Bu önlemlerin temelinde kaliteli hizmet anlayışı yer almaktadır. Kaliteli hizmet anlayışını sadece konaklama, ulaşım veya yeme-içme gibi endüstrilerde değil alışveriş gibi doğrudan ya da dolaylı bir şekilde turizme girdi sağlayan etkinliklerde de sağlamak gerekmektedir (Zengin ve Şengel, 2014). Alışveriş, önemli bir turizm cazibe unsuru olmasının yanı sıra turizmin temel bileşenlerinden biridir ve alışverişin farklı bileşenleri bulunmaktadır. Bu alışveriş bileşenleri kişisel ihtiyaçlar, kültürel altyapı, demografik özellikleri, ürün özellikleri, fiyat farklılıkları, müşteri yönetimi, destinasyon kişiliği, hizmet kalitesi ve kültürel altyapıdır (Timoty, 2005). Bunlar; alışverişin yapısını, yönünü, biçimini ve boyutunu değiştirmektedir.

Turistik alışverişin anlamı, el sanatları ürünlerinin farklı satış alanlarında satışı olarak tanımlanmaktadır. Türkiye’de turistik alışverişe konu olan el sanatları çoğunlukla geleneksel ve dekoratif nitelikli eserlerdir. Örneğin; halı dokumacılığı, kuyumculuk, seramikçilik çömlekçilik, taş süslemeciliği, ağaç oymacılığı, ebru, hat, minyatür, tezhip sanatları el sanatlarına örnek olarak verilebilir (Öter, 2010). Türk turizminin temel kültürel kaynağı olan Anadolu hediyelik eşya üretimi için oldukça elverişli ve verimli bir bölgedir. Alışverişin etkin bir şekilde devam ettiği tarihi çarşılar, bedestenler, tarihsel birikimi olan ürünler ve kültür zenginliğinin oluşturduğu eserler gibi faktörler alışverişin gelişmesini sağlayan temel etmenler arasındadır (Zengin ve Şengel, 2014). Turizm endüstrisi sürekli kendini yenileyen ve güncelleyen bir endüstridir. Turistlerde meydana gelen beklenti değişimleri sonucunda turizm endüstrisi de o yönde kendini yenilemek ve geliştirmek zorundadır. Turizmin harcama kalemlerinden biri olan alışveriş de gelişen bir endüstri olması sebebiyle turistlerin ihtiyaçlarına en uygun derecede cevap vermesi gerekmektedir. Alışveriş ve turizm birbirinden ayrı iki farklı kavram olarak anlaşılabilir; aslında harcama kalemlerinde birbirlerini tamamlayan kavramlardır. Türkiye’nin sahip olduğu tarihsel, kültürel ve doğal kaynaklar mevcut rakipleri ile karşılaştırıldığında, önemli avantajlara ve kaynaklara sahip olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, turizm endüstrisinin Türkiye ekonomisi açısından özel ve öncelikli bir endüstri olarak ele alınması gerekmektedir (Ege ve Gürdoğan, 2006).

Temel pazarlama bilim dalının bir alt alanı olarak tüketici davranışı ile ilgili araştırmaların, esas konusu satın alma davranışı olmasına rağmen, kişileri satın almaya iten faktörlerin belirlenmesi tüketici davranışı konularında önem taşımaktadır. Çakıcı'nın (1999) yapmış olduğu araştırmasına göre tüketici davranışının temel nedeni tüketici motivasyonudur. TDK'ya göre motivasyon; isteklendirme veya güdülendirme olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2015). Gnoth (1997)'ye göre "turist neden seyahat etmektedir" sorusu en çok araştırılan konulardan biridir. Bu bağlamda turistleri belirlenmiş bir tatil deneyimi yaşamaya yönlendiren her türlü sebep veya iten neden seyahat motivasyonu olarak tanımlanmaktadır (Harman vd., 2013).

## 2. Kültürel Farklılıklar ve Tüketim Kültürü

Ülkelerin sahip oldukları kültürel özellikler, sahip oldukları hizmetlerini de etkilemektedir. Bu nedenle her ülkenin gelenek, görenek, tutum, alışkanlık ve davranışları nüfusun dil, din, ırkı, sosyal değerler ve normları (inançlar, çalışkanlık, disiplin, estetik, sanat, müzik vb.) global pazarlamada özellikle incelenmesinde yarar bulunmaktadır (Akat, 2000; Tek, 1999). Kültürel ve sosyal benzerlikler ya da farklılıklar, küresel pazarlardaki faaliyetlerin sonuçlarını değiştirebilme etkisine sahiptir. Küresel pazarlarda kültürün önemi, aslında genel olarak pazarlamada çok önemli bir faktör olan ekonomik çevre ile karşılaştırılmayacak kadar büyüktür. Ülkelerin ekonomik durumları birbirine benzese bile kültürleri farklı olabilmektedir. Bu bağlamda her ülkeye ya da kültüre uygun pazarlama planlarının olması gerekmektedir (Mucuk, 2001).

Örneğin Brezilya'da mor; Hong Kong'ta beyaz renk cenaze törenlerinde kullanılmaktadır. Bu bağlamda ürün ambalajlarının üzerinde bu tarz renklerin kullanılması uygun olmamaktadır (Lapp, 1983). Diğer bir örnek, mavi renk Hollanda'da dişilik, İsveç'te erkeklik sembolüdür. Bu renk, Hollanda'da sıcak, İsveç'te ise soğuk olarak kabul edilmektedir. Türkiye'de kadınlar Fransa'da ise erkekler yemek pişirmeye düşkündür (Tek, 1999).

Kültür, çevre ile uyumdur. İnsanın değerlerinin, yargılarının, inanışlarının, alışkanlıklarının, sorumluluklarının, davranışlarının tümüdür. Bu bağlamda kültür, insanın yaşam biçimidir (Güvenç, 1984). Son yılların sık sık kullanılan tüketim kültürü kavramının anlamı tüketim öncesi ve sonrasında doyuma ulaşma sürecidir (Zeldin, 1998'den aktaran Birol, 2014). Tüketim kültürü, pazar ekonomisinin hâkim olduğu toplumların kültürüdür. Böyle bir toplumda tüketime ulaşabilmek dağıtım ve kültürel kaynaklara bağlıdır. Kültürel kaynaklarla açıklanmak istenen kavram ise, para ve zevktir. Tüketim toplumunun kültürü olan tüketim kültürü, aynı zamanda maddi kültürün bir uzantısı olduğu gibi, zaman ve araştırma koşullarının değişimi ile yakından ilgilidir (Odabaşı, 1999; Özalp vd., 1995). Kültürel farklılıkları besleyen faktörler toplumun sahip olduğu her türlü unsurdur. Çevresel faktörler de kültürel farklılıkları etkileyen birer unsur haline gelmiştir (Sarıkaya ve Korkmaz, 2012).

## 3. Amaç ve Yöntem

Konu ile ilgili literatür incelendiğinde turist alışverişi ve deneyimi hakkında birçok araştırma yapıldığı görülmüştür (Temizkan ve Temizkan, 2005; Tayfun ve Yıldırım, 2010; Kemperman et al., 2009; Guo & Barner, 2009; Wu et al., 2013; Pizam, 1999). Alışveriş davranışı ile ilgili birçok araştırma olmasına rağmen hediyelik eşya ile ilgili araştırmalara son yıllarda rastlamak mümkündür (Swanson & Timothy, 2012; Swanson & Horridge, 2002; Wilkinss, 2011; Turner & Reisinger, 2001). Hediyelik eşya satışı, turizm deneyimlerinin önemli bir parçası olmuş ve birçok turizm destinasyonunda ticari bir özelliği de bulunmaktadır (Swanson & Horridge, 2002). Araştırma verilerinin toplanmasında turist rehberlerinden faydalanılmıştır. Ancak nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğünün tespiti nicel araştırmalardaki gibi olmamaktadır. Nitel araştırmaların temel amacı, konuyu derinlemesine araştırmaktır. Bu bağlamda ölçüt örnekleme araştırmanın örnekleme yöntemi olarak belirlenmiştir. Ölçüt örnekleme, örneklemin problemle ilgili olarak belirlenen niteliklere sahip kişiler, olaylar, nesnelere ya da durumlardan oluşturulmasıdır (Büyüköztürk, 2012). Turist rehberleri açısından en az 2 yıl deneyim özelliği ile turist rehberliğini aktif olarak yerine getiren kişiler tercih edilmiştir.

Araştırmanın temel veri toplama yöntemi nitel araştırma yöntemlerinden olan yarı yapılandırılmış görüşme metodudur. Görüşme, soruların sorulması ve sorulara cevap alınması şeklinde kişiler arası etkileşimli bir şekilde gelişen süreçtir (Stewart & Cash 1985'den aktaran Yıldırım ve Şimşek 2011). Bu araştırma kapsamında gerçekleştirilen görüşme soruları araştırmanın amacına uygun olarak Kim (1997), Wilkins (2011), Damrongpipat (2009), Nomura (2002), Pizam & Sussmann (1995), Swanson & Horridge (2002) ve Temizkan (2005) kaynaklarından uyarlanarak oluşturulmuştur. Bu araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniği turist rehberleri ile gerçekleştirilmiştir. Görüşme sorularının belirlenmesi aşamasında uzman görüşü alınmıştır. Turist rehberlerine uygulanan yarı yapılandırılmış görüşme soruları için 3 akademisyen ve 2-15 yıl arasında değişen deneyimleri olan 3 turist rehberlerinin görüşleri alınmıştır. Uzman görüşleri sonucunda görüşme formu sorularının yeterli olduğu ve yarı yapılandırılmış görüşme sırasında faydalanabileceği tespit edilmiştir.

Turist rehberleri görüşmeleri Nisan-Temmuz 2017 ayları arasında, kendilerine uygun olan zamanlarda gerçekleştirilmiştir. Toplam 17 turist rehberine yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmıştır. Görüşmeler hem yazılı hem de ses kaydı

alınarak raporlaştırılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler sonucunda elde edilen verilerin tamamı yazılı olarak ifade edilmiştir. Bu sürecin tamamlanmasının ardından veriler belli temalar çerçevesinde sınıflandırılmıştır. Temalar birbirileri ile ilişkilendirilerek kodlama yapılmıştır. Tema ve kodlama işlemlerinin ardından katılımcılar tarafından verilen açıklamalara yer verilerek cevaplar arasında benzerlikler ve farklılıklar tespit edilerek sonuç bağlantıları kurulmuştur. Araştırma sonuçlarının turist rehberleri ile paylaşımı konusunda fikir birliğine varılmıştır.

#### 4. Bulgular

Turist rehberlerine araştırmanın kapsamına uygun sorular yöneltilmiş ve görüşmeler ses kaydına alınmıştır. Görüşmeler, Marmaris bölgesinde fiilen çalışan 8 turist rehberi ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara ait demografik özellikler Tablo 1'de verilmiştir.

**Tablo 1. Marmaris Turist Rehberlerine Ait Tanımlayıcı Bilgiler**

Kodlama	Deneyim	Cinsiyet	Bildiği Diller
A	16 yıl rehberlik tecrübesi	Erkek	İngilizce
B	17 yıl rehberlik tecrübesi	Erkek	İngilizce
C	25 yıl rehberlik tecrübesi	Kadın	İngilizce
D	17 yıl rehberlik tecrübesi	Erkek	İngilizce
E	15 yıl rehberlik tecrübesi	Kadın	İngilizce
F	7 yıl rehberlik tecrübesi	Erkek	İngilizce
G	17 yıl rehberlik tecrübesi	Erkek	İngilizce
H	15 yıl rehberlik tecrübesi	Erkek	İngilizce

Katılımcıların yedi yıl ve üzeri yıllık deneyime sahip olmaları araştırma amaçları açısından önemlidir. Katılımcıların mesleki deneyim süresi ortalaması 16 yıl olarak hesaplanmıştır. 6 turist rehberi erkek 2 turist rehberi kadındı. Bildikleri diller İngilizce olarak tespit edilmiştir.

**Tablo 2. Turistlerin Marmaris'i Tercih Etme Nedenleri ve Profili**

Kodlama	Tercih Nedeni	Turist Profili
A	Deniz, güneş, kum	İngiliz turistlerin satın alma oranı düşüktür.
B	Deniz, güneş, kum ve alışveriş	Deniz yolu ile gelen turistlerin eğitim ve kültür düzeyleri yüksek, kitle turistlerinin profilleri daha düşüktür.
C	Mavi tur, tekne turları, gece hayatı	Su bazlı tatil yaklaşımı mevcuttur.
D	Deniz, kum, güneş, alışveriş, eğlence, yaşanmışlıkları tekrar etme isteği	Orta gelir düzeyine sahip turistlerdir.
E	Deniz, kum, güneş	Düşük gelire sahip turistlerdir.
F	Deniz, sıcak iklim, alışveriş imkanları	Havayolları ile kitle halinde gelenler orta gelire mensup kişilerdir.
G	Deniz	Orta gelirli turistlerdir.
H	Güneş, tatil, deniz, eğlence, barlar	Gelir seviyesi genellikle orta seviyeli olanlar gelmektedir.

Turistlerin Marmaris'i tercih etme nedenleri ile ilgili rehberlerin görüşleri alındığında; sırasıyla deniz, kum, güneş, eğlence, alışveriş, tekne turları ve deneyimleri tekrar yaşama isteği şeklinde cevaplar ortaya çıkmıştır. Marmaris'e gelen İngiliz turist profili incelendiğinde orta gelirli, kitle olarak seyahat tercihleri olan, ulaşım araçlarının değişimi ile gelir seviyesi de değişen turist tipidir. Satın alım oranı genellikle orta ve düşük seviyededir. Marmaris'in kitle turizmi açısından bir destinasyon ve deniz-kum-güneş turizm türüne uygun olmasının sonucu olarak Marmaris'i tercih etme nedeni açısından uygun sonuçlar olduğu görülmüştür.

**Tablo 3. Marmaris Turist Rehberleri ile Yapılan Görüşme Sonuçları**

Soru	Tema	Kod	Alıntı
	Marmaris		B: "Tekstil, ayakkabı, çanta. İmitasyon ürünler."

Satın alınan ürünler nelerdir?		Hediyelik Eşya	D: "Lokum, magnet, çanta, tekstil ürünleri, nazar boncuğu, seramik-çini vb ürünler."
Turlar boyunca satın alınan ürünlerin özellikleri nelerdir?	Marmaris	Alışveriş	A: "10 sene öncesi ile çok farklı." B: "Özellikle imitasyona yönelim var." E: "Taşınması kolay hediyelik eşyalar." G: "Düşük maliyetli hediyelik eşyalar." H: "Yanlarında taşıyabilecekleri eşyaları alırlar."
Hediyelik eşya satın alma motivasyonları nedir?	Ürün Çeşitliliği	Hediyelik Eşya	A: "Buldukları ülkede hatırlamaları için. Hatıra amaçlı satın alım var." B: "Doğu kültürünün albenisi olmasından dolayı hatıra amaçlı alıyorlar." C: "Tatili hatırlatacak hatıra amaçlı." H: "Hatıra ve gösteriş amaçlı."
Hediyelik eşya satın alma davranışını kültür farkı etkiler mi?	Satın alma davranışı	Davranış Farklılığı	B: "Kesinlikle etkiler. Türk lirası karşısındaki alım gücü önemli etkenlerden biri." D: "Gelir grubu yüksek olan turistler, daha çok yerel ve kültürel ürünler seçerken gelir durumu düşük seviyede turistler daha çok tüketim amaçlı ürünleri seçmektedir." F: "Kültür farkı çok önemlidir. Çünkü bu farklar neticesinde satın alma değişir." H: "Kültür farkı satın almada önemli bir etkidir. Rehberler ve satıcılar ona göre davranırlar."
Kültürlere göre davranış farklılığı sebebi nedir?	Kültür	Davranış Farklılığı	B: "Rus turistler her şeyi alırlar, İngilizler için fiyat önemlidir. Satın alma anlamında en çok aranan kültürler Amerikalı, Kanadalı, Avustralyalı turistlerdir." C: "Özellikle geldikleri ülke çok etkiler." D: "Kendi ülkelerinden erişimi zor veya pahalı ürünleri tercih ederler." G, H: "Fiyat özellikle önemli bir etkidir."
Kültürlere göre satın alınan ürünler nelerdir?	Kültür	Ürün Çeşitleri	A: "Rus = Kürk, deri, şarap, lokum. İngiliz= Çömlek ve seramik ürünleri, lüks ve ucuz saat çeşitleri, tekstil ürünleri. Hollanda = Halı, ev aksesuarları, tekstil. Amerikalı=nargile, tespih, hali, küçük hediyelik eşyalar." D: "İngilizlerin altın, Rusların şarap, deri, tekstil Hollanda ve Belçikalıların lokum." E: "Genellikle geldikleri ülkede hangisini satın alma zor ise o eşyayı satın alırlar."
İngiliz turistlerin alışveriş özelliklerini tanımlayabilir misiniz?	Hediyelik Eşya	Davranış Farklılığı	A: "Genel anlamıyla kolay fikir değiştirme, kolay bezginlik ve pazarlık yapma." B: "Göz ucu ile bakar, fiyat uygunsa hemen alır, fiyat yüksek ise çeşitli bahanelerle almaktan vazgeçer." C: "İngilizler özellikle alkollü ortamlarda daha çok alışveriş yaparlar. İkrâm önemlidir." D: "Üzerinde Türkiye baskısı olan eşyalar tercih ederler. Baskıdan pek hoşlanmazlar. Satın almaya kendilerinin karar vermelerini isterler." H: "Fiyatı düşürmeye çalışırlar. Satıcı ile samimi olabilirler. Birbirlerinden etkilenme vardır."

Elde edilen bulgulara göre genellikle düşük maliyetli ve taşınması kolay hediyelik eşyalar ile halı, deri, kuyum gibi turların genellikle tercih ettiği hediyelik eşya yelpazesi bulunduğu anlaşılmıştır. Hatıra amaçlı alınan hediyelik eşyalar ile birlikte hediye ve gösteriş için satın almalar da söz konusudur. Turist rehberlerine göre kültür farkı, satın alma davranışı etkileyen temel bir faktördür. Kültür birikimi olan kişilerin daha farklı hediyelik eşyalara yöneldikleri açıklanmıştır. Hediyelik eşya satın alma davranışı sırasında fiyat, eğitim, tatil için gelinen destinasyon ve yetiştikleri bölgeden kaynaklanan çeşitlilikler görülmektedir. Örneğin katılımcılardan gelen cevapların doğrultusunda Türkiye'nin sahil kısımlarına gelen turistlerin genellikle imitasyon ürünlerini, kültür gruplarının daha kaliteli ürünleri tercih ettiğini söylemek mümkündür.

Kapadokya bölgesinde, turist rehberleri ile yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşmelere sezon yoğunluğu açısından uygun ve kültür bazında Güney Koreli turistler hakkında bilgi sahibi rehberler seçilmiştir. Elde edilen bulguların sonuçları aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.

**Tablo 4. Kapadokya Bölgesi Turist Rehberlerine Ait Tanımlayıcı Bilgiler**

Kişi	Deneyim	Cinsiyet	Bildiği Diller
I	25 yıl rehberlik tecrübesi	Erkek	Uzakdoğu dilleri, İngilizce
J	5 yıl rehberlik tecrübesi	Erkek	Uzakdoğu dilleri, İngilizce
K	10 yıl rehberlik tecrübesi	Erkek	Uzakdoğu dilleri, İngilizce
L	6 yıl rehberlik tecrübesi	Erkek	Uzakdoğu dilleri, İngilizce
M	3 yıl rehberlik tecrübesi	Erkek	İngilizce
N	15 yıl rehberlik tecrübesi	Erkek	Uzakdoğu dilleri, İngilizce
O	8 yıl rehberlik tecrübesi	Erkek	Uzakdoğu dilleri, İngilizce
P	2 yıl rehberlik tecrübesi	Kadın	İngilizce
R	5 yıl rehberlik tecrübesi	Kadın	İngilizce

Yapılan görüşme sonuçları incelendiğinde 9 turist rehberi ile görüşülmüştür. 7 katılımcı erkek 2 katılımcı kadındır. Deneyimleri 2-10 yıl arasında olan katılımcıların turizm endüstrisine hizmet yılları 15-20 yıl arasında değişmektedir. Kapadokya bölgesi sahip olduğu farklı turistik çekicilikleri sayesinde kültür turizmini tercih eden turist profiline sahiptir. Özellikle uzakdoğu kültürleri Kapadokya 'yı tercih eden milliyetler arasındadır. Bu nedenle rehberlerin bildikleri diller ile gelen turist milliyeti doğru orantılıdır.

**Tablo 5. Turistlerin Kapadokya'ya Geliş Nedenleri ve Turist Profili**

Kodlama	Tercih Nedeni	Turist Profili
I	Doğal ve tarihsel zenginlik, dini hassasiyet	Eğitim seviyesi yüksek, gelir düzeyi ortanın üzerinde turistik faaliyetlere yabancı olmayan bilinçli turist grupları yer almaktadır.
J	Balon, çömlek, at safari, doğal güzellik	Kültür turları olduğu için eğitim seviyesi daha iyidir.
K	Coğrafi oluşum, gizemli anlatımlar	Tembel, şikayetçi, meraklı ve çok bilen turistler mevcuttur.
L	Doğal güzellik, din, balon	Paket program tercih ederler. Çok fotoğraf çekerler. Standart hayatları vardır, disiplinlidir. İyi alışveriş yaparlar.
M	Jeolojik, balon, çömlek	Yıllık izinlerini değerlendiren turistlerdir.
N	Kültür	Ortalamanın üzerinde eğitime sahip turistlerdir.
O	Kültürel özellikleri	Kültür anlamında öğrenme amaçlı olan turistlerdir.
P	Doğal güzellik, balon turları, dini	Uzakdoğulu turistler öğrenme amaçlı olup, belirli bir yaş aralığı yoktur.
R	Doğal güzellik, balon turları	Kültürel birikimi fazladır.

Kapadokya bölgesinde çalışan rehberlere göre; turistlerin bölgeyi tercih etme nedenleri doğal güzellik, balon turları, dini merkez olması, alternatif turizm hareketlerinin rahat yapılmasıdır. Genellikle kültür turları olmasında dolayı kültürel birikimleri fazla, meraklı, gelir düzeyi orta ve yüksek turistler ziyaret etmektedir.

**Tablo 6. Kapadokya Bölgesi Turist Rehberlerine Ait Görüşme Bulguları**

Soru	Tema	Kod	Alıntı
En çok ne satın alınır?	Kapadokya	Alışveriş	J: "Gidilen yörenin izini taşıyan hediyelik eşyalar, kıymetli taşlar."
			P: "Sultanit, onyx."
			N: "Halı, kuyum, seramik."
			K: "Magnet, elma çayı, lokum."
Turistlerin hediyelik eşya satın alma motivasyonları nelerdir?	Ürün Çeşitliliği	Hediyelik Eşya	I,M: "Hediye."
			K,N,O,R: "Hatıra."
			L,P: "Hatıra ve Gösteriş."
Hediyelik eşya satın alma davranışını kültür farkı etkiler mi?	Satın alma Davranışı	Davranış Farklılığı	I: "Kesinlikle etkiler. Farklı kültürlerin renk tercihinden ürün çeşidine kadar farklı tercihi vardır."
			J, M: "Kesinlikle etkiler, ülkesinde olmayan eşyaları alır."
			L,O: "Etkiler ama maddi durum da önemlidir."
			P: "Kültürlerin merak oranı farklıdır bu sebeple etkiler."
Kültürlere göre davranış farklılığı sebebi nedir?	Kültür	Davranış Farklılığı	I: "Ülkelerin farklı satın alma eğilimleri onların ekonomik güçleri ile doğru orantılı ve yerel alışveriş alışkanlıkları ile ilişkilidir."
			L: "Farklı kültürler etkileyici gelebilir."

			P: "Rehberin anlatımı önemlidir." R: "Eğitim özellikleri ve istek."
Kültürlere göre satın alınan ürünler nelerdir?	Kültür	Ürün Çeşitleri	I: "Avrupa, halı ve takı; Asya; takı ve yöresel gıda." L: "Amerika, Alman, Avustralya, Yeni Zelandalı turistler; halı, onyx. Rus turistler, deri, kuyum. Asyalı turistler, halı, kuyum, onyx." N: "Elişi olan ürünler her zaman odak noktası oluyor." R: "Uzakdoğulu turistler Balon magnetleri, nazar boncuğu."
Güney Koreli turistlerin alışveriş özelliklerini tanımlayabilir misiniz?	Hediyelik Eşya	Davranış Farklılığı	I: "Grupça hareket ederler. Grubun satın alma oranından etkilenirler, pazarlıkçıdırlar, el sanatlarına kültür yönüyle ilgi duyarlar. Kullanım eşyalarını öncelikle tercih ederler. Ani karar değiştirebilirler. Özgüvenleri az, duygusal davranış sergilerler, çabuk ürkerler ve çabuk öfkelenirler." L: "Sürpriz müşterilerdir." N: "Geçmişlerine bağlı ve kültürleri farklı." P: "Pazarlık yapar ama rehberi dinler." J, K: "Ülkelerinde pazarlık telkin edildiği için pazarlık davranışları çoktur." R: "Ortak fikir alırlar."

Görüşmelerden elde edilen bulgulara göre; yöreye gelen ziyaretçiler hediyelik eşya olarak değerli taşlar ve yörenin izini taşıyan çeşitli hediyelikler tercih etmektedir. İlk olarak hatıra amaçlı satın alma davranışının gerçekleştiğini belirten katılımcılara göre hediye ve gösteriş amaçlı olarak da hediyelik eşyalar satın alınmaktadır. Merak, ekonomik durum ve kültürlerin değişmesi satın alma davranışını değiştirmektedir. Kültürlere göre farklı satın alma davranışlarının sebepleri arasında kültürün farklı olması, para birimlerinin değişkenlik göstermesi, eğitim özellikleri ve rehberlerin konu ile ilgili anlatımları etkilidir. Tablo 7’de, Kapadokya bölgesinde çalışan rehberlerin verdikleri cevaplar doğrultusunda farklı kültürlerin tercih ettiği hediyelik eşya çeşitleri belirtilmiştir.

**Tablo 7. Milliyetlere Göre Satın Alınan Ürünler**

Milliyet	Hediyelik Eşya Türü
Amerikalı turistler	Halı, seramik
Arap turistler	Seccade, eşarp
Fransız turistler	Türkiye ile ilgili kitap
Brezilyalı turistler	Fes
İspanyol turistler	Dansöz kıyafeti
Güney Koreli turistler	Lokum, gül yağı, magnet, takı, nazar boncuğu, değerli takı,
Japon turistler	Kaşmir
Çin turistler	Elma çayı, onyx takı
Alman, Avustralyalı, Yeni Zelandalı turistler	Halı, Onyx.
Rus turistler	Deri, kuyum

Tablo 7doğrultusunda Uzakdoğu kültürlerine sahip olan Çin ve Güney Koreli turistlerin küçük boyutlu ama değerli; Amerika ve Rus turistlerin ise diğer hediyelik eşya çeşitlerine göre daha yüksek fiyatlı hediyelik eşya tercih ettiği tespit edilmiştir. Tablo 8’de araştırmaya katılan turist rehberleri açısından İngiliz ve Güney Koreli turistlerin satın alma konusunda tercih ettiği hediyelik eşya çeşitleri ve hediyelik eşya satın alma sırasında sergiledikleri davranış çeşitleri yer almıştır.

**Tablo 8. Turist Rehberlerine Göre İngiliz ve Güney Koreli Turistlerin Hediyelik Eşya Satın Alma Davranışları**

Kültür	Hediyelik Eşya Türü	Davranış
Güney Kore	Değerli taş lokum, gül yağı, magnet, takı, Turkuaz taş, seramik, onyx, yöresel eşyalar	Grupça hareket ederler. Grubun satın alma oranından etkilenirler. El sanatlarına kültür yönüyle ilgi duyarlar. Kullanım eşyalarını öncelikle tercih ederler. Ani karar değiştirebilirler. Özgüvenleri azdır.

		Duygusal davranış sergilerler çabuk ürkerler ve çabuk öfkelenirler. Ülkelerinde pazarlık telkin edildiği için pazarlık davranışları çoktur. Sürpriz müşterilerdir. Geçmişlerine bağlı ve kültürleri farklıdır.
İngiliz	Boncuk, lokum, tekstil, çanta, düşük maliyetli hediyelik eşyalar, magnet, sabun, takı, nazar boncuğu, kuyum, deri	Genel anlamıyla kolay fikir değiştirme, kolay bezginlik İngilizler özellikle alkollü ortamlarda daha çok alışveriş yaparlar. İkrâm önemlidir. Baskıdan pek hoşlanmazlar. Satın almaya kendilerinin karar vermelerini isterler. Pazarlık kesinlikle var. Fiyatı düşürmeye çalışırlar. Satıcı ile samimi olabilirler. Birbirlerinden etkilenme vardır.

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda İngiliz ve Güney Koreli turistler arasında hediyelik eşya satın alma davranışlarında temel farklılıklar belirlenmiştir. Güney Koreli turistler daha çok fiyat olarak pahalı fakat küçük ölçekli hediyelik eşyaları tercih ederken, İngiliz turistler fiyatı düşük ve taşınması kolay hediyelik eşyaları tercih etmektedir. Satın alma davranışlarında ise; ortak noktalar ve farklılıklar görülmektedir. Bu farklılıkların temelini sahip oldukları kültürel özellikler oluşturmaktadır.

### Sonuç ve Değerlendirme

Alışveriş, turizmin temel taşlarından biri olmakla birlikte turist rehberleri açısından da önemli bir etkinliktir. Özellikle iletişim sürecinin en güçlü ve yoğun olduğu turlar boyunca gerçekleşen alışveriş, kültürlerin tanıtılması, rehberin iletişim kabiliyeti, anlatım gücü ile doğru orantılıdır. Kültürleri tanımanın önemli bir yolu olan alışveriş içerisinde turist rehberlerinin etkinliği oldukça önemlidir.

Yapılan bu araştırmanın amacı turistlerin hediyelik eşya satın alma davranışları sırasında kültürlerarası farklılıkları belirlemektir. Bu farklılıkların belirlenmesi konusunda görüşme yapılacak kişiler turist rehberi olarak seçilmiştir. Turist rehberleri, tur öncesi ve tur sonrası dahil olmak üzere turistlerle birebir vakit geçiren, turistlerin her türlü sorunları ile ilgilenen, turun sağlıklı ve kaliteli bir şekilde devam etmesini sağlayan turizm çalışanlarıdır. Araştırma kapsamında hediyelik eşya olarak tanımlanan ürünler Türk menşei ve mahreci ürünlerdir. Bu açıdan incelendiğinde satılan hediyelik eşyaların bu özelliğe uygun olması Türkiye tanıtımı konusunda olumlu katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Türk menşei ve mahreci hediyelik eşyaların daha uygun fiyatlarla, çeşitli tanıtımlar sayesinde hedef kitle açısından daha da büyümesi söz konusu olabilmektedir. Yapılan bu çalışma turist rehberleri ile gerçekleştirilmesinden dolayı ayrı bir öneme sahip olmuştur. Ayrıca çalışma hem uygulamaya hem de çalışma alanına yönelik katkılar sunmuştur. Turist rehberleri ile yapılan görüşmeler neticesinde belirli sonuçlar elde edilmiştir.

Turist rehberleri açısından turistlerin deniz, kum, güneş, eğlence, iklim, alışveriş ve tekrar deneyimleme isteğinden dolayı Marmaris'i ziyaret etme istekleri bulunmaktadır. Turist profili açısından orta veya düşük gelir düzeyine sahip kitle turistlerinin tercih ettiği Marmaris'te taşınması kolay hediyelik eşyaların tercih edildiği, hatıra amaçlı satın alma davranışının gerçekleştirildiği, kültür farkı ve para değerinin alışveriş konusunda belirleyici etmenler olduğu tespit edilmiştir. Kapadokya Bölgesi'ni tercih eden turistlerin doğal güzellik, din, balon turları, çömlek gibi nedenlerinden dolayı bölgeyi seçtikleri, onyx, seramik, çömlek, sultanit, kıymetli taşlar ve küçük hediyeliklerin tercih edildiği, hatıra amaçlı satın aldıkları belirtilmiştir. Ekonomik gücün satın alma davranışında doğrudan etkili olduğu, rehberin anlatımının satın alma davranışında etkisinin olduğu, eğitim özellikleri ve satın alma davranışındaki istek faktörünün önemli olduğu saptanmıştır. Güney Koreli turistlerin taşınması kolay, küçük boyutlu ama oldukça değerli taşlara merak duydıkları; Amerikalı ve Rus turistlerin ise diğer hediyelik eşya çeşitlerine göre daha yüksek fiyatlı hediyelik eşya tercih ettiği tespit edilmiştir. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda İngiliz ve Güney Koreli turistler arasında hediyelik eşya satın alma davranışlarında belli farklılıklar olduğu görülmüştür. Güney Koreli turistler daha çok fiyat olarak pahalı fakat küçük hediyelik eşyaları tercih ederken, İngiliz turistler fiyatı düşük ve taşınması kolay hediyelik eşyaları tercih etmektedir. Satın alma davranışlarında ise; ortak noktalar ve farklılıklar görülmektedir. Bu farklılıkların temelini sahip oldukları kültürel özellikler oluşturmaktadır.

Güney Koreli turistlerin temel alışveriş davranış özellikleri; grupça hareket etmesi, grubun satın alma oranından etkilenmesi, el sanatlarına kültür yönüyle ilgi duyması, kullanım eşyalarını öncelikle tercih etmesi, ani karar değiştirmesi, özgüvenlerinin diğer toplumlara göre daha az olması, duygusal davranışlarının ağırlıkta olması, ülkelerinde pazarlık telkin edildiği için pazarlık etmeye yönelik davranışlarının yoğun olması ve geçmişlerine oldukça bağlı olmalarıdır. İngilizler açısından ise genel anlamıyla kolay fikir değiştirme, kolay bezginlik, alkollü ortamlarda daha çok alışveriş yapmaları, ikrama önem vermeleri, baskıdan hoşlanmamaları, satın almaya kendilerinin karar vermelerini istemeleri, pazarlık davranışının mutlaka olması, satıcı ile samimi olma ve grup içerisinde birbirinden etkilenme davranışlarını sergilemektedirler.



Turist rehberleri açısından, farklı kültürleri barındırmasından dolayı tur programları içerisinde davranış çeşitliliğinin olması gerekmektedir. Belli ön yargılar gelen turistlere ön yargılarının kırılmasını sağlamalı, satış tekniklerine hediye eşya satın alma davranışı başlamadan ağırlık vermelidir. Turizm endüstrisinin iyi ya da kötü olarak devam etmesinden en çok etkilenenlerden biri de turist rehberleridir. Bu bağlamda var olan turist profiline sahip çıkmalıdır. İşçiliğin, yöresel özelliklerin, el yapımı inceliğinin çok olduğu ürünlerin tanıtımını turların içerisine yayarak pazarlama araştırmalarına katkıda bulunabilmektedir. Fiyat duyarlılığına dikkat etmeli, yöresel ikramlıkların kalitesini turistlere etkili bir şekilde aktarmalıdır. Gelecek çalışmalar açısından, farklı bölgelerde çalışan turist rehberleri ile aynı çalışma yapılarak bir karşılaştırma yapılması mümkündür. Örneklem büyüklüğü daha da artırılarak benzer çalışmalar yapılabilir. Ayrıca araştırma veri toplama tekniğinin de değiştirilerek örneklem çeşitliliğine gidilmesi, destinasyonlar arası turistlerin alışveriş davranış farklılıklarının ölçülmesine yönelik araştırmalar yapılabilir. Sadece hediye eşya olarak değil genel alışveriş davranışını ölçmeye yönelik araştırmalar da yapmak mümkündür.

## Kaynakça

- Akat, Ö. (2000). *Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği*. Bursa:Ekin Kitabevi.
- Anderson, L. F. (1993). *Iowa women as tourists and consumers of souvenirs*. Phd Thesis, Iowa State University.
- Biol, M. (2014). Tüketim Alışkanlıkları Çerçevesinde Kadınların Giyim Alışverişlerinde Karar Verme Tarzları Üzerine Bir Araştırma. *Akdeniz İletişim-Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (21): 81-95. (Nar, 2015).
- Büyüköztürk, Ş. (2012). *Örnekleme Yöntemleri*. [Çevrim-içi: <http://w3.balikesir.edu.tr/~msackes/wp/wp-content/uploads/2012/03/BAY-Final-Konulari.pdf>], Erişim tarihi:11.02.2016.
- Çakıcı, A. C. (1999). Turist satın alma davranışlarının otel işletmeciliği açısından incelenmesi, *Pazarlama Dünyası*, 78:31-37.
- Damrongpipat, N. (2009). Determinants of souvenirs purchasing behavior among international phuket visitors. Available from <http://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2010/5856/1/313791.pdf>.
- Ege, Z. ve Gürdoğan, A. (2006). Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının türk turizm endüstrisi açısından değerlendirilmesi, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(42-58).
- Gnoth, J. (1997) Tourism motivation and expectation formation, *Annals Of Tourism Research*, 24(2): 283-304.
- Guo, Y. & Barners, S. (2009). Virtual item purchase behavior in virtual worlds: an exploratory investigation, *Electron Commer Res.*, 9: 77-96.
- Güvenç, B. (1984). *İnsan ve Kültür*. Ankara: Remzi Kitabevi.
- Harman, S.; Çakıcı, A.C. ve Akatay, A. (2013). İstanbul'a gelen sırtçantalı turistlerin seyahat motivasyonları üzerine bir araştırma, *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13(25): 267-300.
- İslamoğlu, A. H. (2003). *Tüketici Davranışları*. Beta Basım.
- Kemperman, A., Borgers, A. W. J. & Timmermans, H. J. P. (2009). Tourist shopping behavior in a historic downtown area, *Tourism Management*, 30: 208–218.
- Kim, S. (1997). *International tourists' souvenir purchasing behavior*. Iowa State University, Phd Thesis, Ames-Iowa.
- Lapp, C. (1983). *Marketing Goods in International Trade*. The Diary of Alpha Kappa Ps, February.
- Mucuk, İ. (2001). *Pazarlama İlkeleri*. 13. Basım. Türkmen Kitabevi. İstanbul. (Lapp, 1983).
- Nomura, M. (2002). Souvenir purchase patterns of domestic tourists, A Research Paper. The Graduate College University of Wisconsin-Stout.
- Odabaşı, Y. (1999). *Tüketim Kültürü*. Sistem Yayıncılık. İstanbul.
- Öter, Z. (2010). Türk el sanatlarının kültür turizmi bağlamında değerlendirilmesi, *Millî Folklor*,22, Sayı 86.
- Özalp, İ., Eren, G. ve Öcal, H. (1995). *Çok Uluslu İşletmelerin Organizasyon Yapıları ve Tusaş Uçak Motorları San. A.Ş. Örneği*, Eskişehir.
- Pizam, A. & Sussman, S. (1995). "Does nationality affect tourist behavior?" *Annals of Tourism Research*, Vol. 22, No. 4.

- Pizam, A. (1999). The american group tourists as viewed by british, israeli, korean and dutch tour guides, *Journal of Travel Research*, 38: 119-126.
- Sarıkaya, N. ve Korkmaz, N. (2012). Kültürel Farklılıkların Dondurulmuş Gıda Tüketim Kalıplarına Etkisi: Polonya-Türkiye Karşılaştırması. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, Cilt 4 Sayı 1: 47-79.
- Swanson, K. K. & Horridge, P. E. (2002). Tourists' souvenir purchase behavior and retailers' awareness of tourists' purchase behavior in the southwest, *Clothing and Textiles Research Journal*, 20(2): 62-76.
- Swanson, K. K. & Timothy, D. J. (2012). Souvenirs: icons of meaning, commercialization and commoditization, *Tourism Management*, 33(3): 489-499.
- Tayfun, A. ve Yıldırım, M. (2010). Turistlerin tüketim davranışları kültüre/kültüre göre farklılık gösterir mi? Alman ve Rus turistler üzerine bir araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(2): 43-64.
- TDK. (2015). Motivasyon. <http://tdk.gov.tr> adresinden 12.01.2016 tarihinde temin edilmiştir.
- Tek, Ö. B. (1999). *Pazarlama ilkeleri: Türkiye Uygulamaları-Global Yönetimsel Yaklaşım*. İstanbul: Beta.
- Temizkan, R. ve Temizkan, P. S. (2005). Rehber, acenta, dükkan ve turistler açısından türkiye'de turistlerin alışveriş faaliyetleri, 1. *Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 333-342.
- Temizkan, S. P. (2005). *Turistlerin Alışveriş Davranışı Kapadokya Örneği*. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Hatay.
- Timoty, D. (2005). *Shopping Touris Retailing and Leisure*. Channel View Publications.
- Turner L.W., & Reisinger Y. (2001). Shopping Satisfaction For Domestic Tourists, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8: 15-17.
- Wilkins, H. (2011). Souvenirs: What and why we buy, *Journal of Travel Research*, 50(3): 239-247.
- Wu, M., Wall, G. & Pearce, P. L. (2013). Shopping Experiences: International Tourists In Beijing's Silk Market, *Tourism Management*, 41: 96-106.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Zengin, B. ve Şengel, Ü. (2014). *İstanbul Kapalı Çarşısı Esnafının Turizm Algısı Üzerine Bir Araştırma*, <http://www.researchgate.net/publication/262115897> adresinden 15.01.2016 tarihinde alınmıştır.

## Extended Abstract

### Aim and Scope

It is important that shopping, which is a part of touristic expenditures, becomes an important source of income. bringing together the many different tourist profile thanks to the available resources of different cultures is that Turkey has a potential move to respond to various demands. By understanding the expectations of tourists and analyzing their behaviors, it is possible to increase shopping share in tourism revenues by providing a better quality shopping environment. In addition, due to the fact that souvenir products reflect national culture, it is possible to raise awareness within the scope of different cultures. The aim of this study is to reveal the intercultural differences of the souvenir buying behaviors of tourists by using tourist guides. One of the qualitative research methods, semi-structured interview, was used to collect data. It is important that the study is carried out in two different destinations and that the buying behavior of souvenirs is carried out with guides who are in direct communication with tourists.

### Methods

Tourist guides were used to collect the research data. However, the determination of sample size in qualitative research is not as in quantitative research. The main purpose of qualitative research is to investigate the subject in depth. In this context, criterion sampling was determined as the sampling method of the research. Criterion sampling is the sampling of individuals, events, objects or situations that have identified qualifications related to the problem (Büyükoztürk, 2012). In terms of tourist guides, people who actively perform tourist guidance with at least 2 years of experience are preferred. The main data collection method of the research is the semi-structured interview method which is one of the qualitative research methods. Interview is a process that develops in an interpersonal way in the form of asking questions and getting answers (Stewart & Cash, 1985 from Yıldırım and Şimşek 2011). Interview questions conducted within the scope of this research were adapted from Kim (1997), Wilkins (2011), Damrongpipat (2009), Nomura (2002), Pizam & Sussmann (1995), Swanson & Horridge (2002) and Temizkan (2005). It was formed. In this research, semi-structured interview technique

was performed with tourist guides. Expert opinions were taken during the determination of interview questions. For the semi-structured interview questions applied to the tourist guides, 3 academicians and 3 tourist guides with experiences ranging from 2-15 years were taken. As a result of expert opinions, it was determined that the interview form questions were sufficient and could be used during the semi-structured interview. Interviews with tourist guides were held between April and July 2017, at the times that were suitable for them. Semi-structured interview technique was applied to a total of 17 tourist guides. Interviews were reported in both written and audio recordings. All of the data obtained as a result of semi-structured interviews were expressed in writing. Upon completion of this process, the data were classified under certain themes. The themes were related to each other and coding was done. Following the theme and coding procedures, the explanations given by the participants were included and the similarities and differences between the answers were determined and the result links were established. Consensus was reached on sharing the results of the research with the tourist guides.

## **Findings**

In terms of tourist guides, tourists have the desire to visit Marmaris because of the sea, sand, sun, entertainment, climate, shopping and re-experiencing. In terms of tourist profile, it is determined that souvenirs which are easy to carry are preferred, souvenir buying behaviors are realized in Marmaris, which is preferred by mass tourists with low or low income level, cultural difference and money value are the determining factors in shopping. It is stated that the tourists who prefer Cappadocia Region chose the region because of their natural beauty, religion, balloon tours, pottery, and they bought onyx, ceramics, pottery, sultanite, precious stones and small souvenirs and bought for souvenir purposes. It has been found that economic power has a direct effect on purchasing behavior, that the narrative of the guide has an effect on purchasing behavior, and that education characteristics and desire factor in purchasing behavior are important. South Korean tourists are easy to carry, small size, but they are quite curious about the precious stones; American and Russian tourists prefer souvenirs with higher prices compared to other souvenir types. As a result of the interviews conducted within the scope of the research, it is seen that there are certain differences in the buying behavior of souvenirs between British and South Korean tourists. South Korean tourists prefer expensive but small souvenirs, while British tourists prefer low and easy to carry souvenirs. In purchasing behavior; common points and differences. The basis of these differences is their cultural characteristics. The main shopping behavior characteristics of South Korean tourists; acting as a group, being influenced by the purchasing rate of the group, being interested in handicrafts in terms of culture, preferring the use of goods primarily, changing the decision, having less self-confidence than other societies, having emotional behaviors predominantly, bargaining behaviors intensified for bargaining in their countries and are highly dependent on their background. On the other hand, for the British in general, they change their minds easily, easily harassment, shop more in alcoholic environments, give importance to catering, do not like pressure, ask them to decide for themselves, bargaining behavior, being sincere with the seller and being influenced by each other in the group.

## **Conclusion**

One of the important income and return elements of tourism is shopping. Although the concept of shopping is very broad, the concept of souvenirs is one of the most important issues in itself. Because souvenirs mean souvenirs and gifts. It is possible to see the souvenirs of the countries' memories, icon and holiday experiences. The souvenirs sold must be worth the money given, arouse the desire to make a holiday again, contain a sense of curiosity and provide tourists with positive holiday memories. Temizkan and Temizkan (2005) in their work, determination of commission rates, tourism facilities to become more quality shopping centers, the opening of branches of world-renowned shopping centers and local products to participate in promotional activities by emphasizing the need to expand the concept of shopping within the tourism industry. In terms of tourist guides, it is necessary to have a variety of behaviors within the tour programs due to the hosting of different cultures. Certain prejudices should ensure that prejudices are broken to tourists, and sales techniques should be weighted before the souvenir buying behavior starts. Tourist guides are one of the most affected by the tourism industry's continued good or bad. In this context, the existing tourist profile should be maintained. It can contribute to marketing research by spreading the promotion of products with high craftsmanship, local features and handmade subtleties into the tours. It should pay attention to price sensitivity and effectively convey the quality of local treats to tourists. In terms of future studies, it is possible to make a comparison by making the same study with tourist guides working in different regions. In addition, research data collection technique can be changed and research can be conducted to measure the diversity of shopping behavior of tourists between destinations. It is possible to do research not only as souvenirs but also to measure general shopping behavior.

# Tüketicilerin Taklit Ürün Satın Alma Tutumlarını ve Niyetlerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Nicel Bir Araştırma

## Determination of Factors Affecting Consumers' Attitudes and Intentions Towards Purchasing Counterfeit Products: A Quantitative Research

Mehmet Ozan Karahan<sup>1</sup>, Fatih Şahin<sup>2</sup>

### Öz

Bu çalışmanın temel amacı, tüketicilerin taklit ürün satın alma tutumları ve niyetleri üzerinde etkisi olan değişkenlerin belirlenmesidir. Bu kapsamda sosyal statü, geçmiş deneyim, etik bilinci, düşük fiyat ve algılanan risk değişkenlerinin tüketicilerin taklit ürün satın alma üzerindeki etkisi araştırılmış ve tüketicilerin bakış açıları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Araştırmada veriler yüz yüze anketle kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Araştırmanın ana kütlelerini Türkiye'deki 18 yaşından büyük tüketiciler oluşturmaktadır. Toplam 340 geçerli veri ile analizler gerçekleştirilmiştir. Verilerin analizi ve araştırma hipotezlerinin testi için yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda tüketicilerin taklit ürün satın almaya yönelik tutumları üzerinde algılanan risk ve geçmiş deneyim faktörlerinin anlamlı etkisi olduğu görülürken, sosyal statü, etik bilinci ve düşük fiyat faktörlerinin ise anlamlı etkisinin olmadığı görülmüştür. Bireylerin, taklit ürün satın almaya yönelik tutumlarının ve geçmiş deneyimlerinin, taklit ürüne yönelik niyetlerini de anlamlı düzeyde etkilediği ulaşılan bulgular arasındadır.

**Anahtar Kelimeler:** Taklit Ürün, Geçmiş Deneyim, Algılanan Risk, Tutum, Niyet, Yapısal Eşitlik Modellemesi.

### Abstract

The primary purpose of this study is to determine the variables that affect the attitudes and intentions of consumers to purchase counterfeit products. In this context, the effect of social status, previous experience, ethical awareness, low price, and perceived risk variables on consumers' purchase of counterfeit products investigated. The data of research was collected face-to-face questionnaires by using a convenience sampling method. The population of the research is the consumers in Turkey older than 18 years old. A total of 340 valid data analyzed and structural equation modeling used to analyze the data and the test research hypotheses. The result of the study shows that perceived risk and experience factors have a significant effect on the attitudes of consumers towards the purchase of counterfeit products. In contrast, social status, ethical awareness, and low-price factors have no significant effect. Additionally, the findings show that the attitudes and past experiences of individuals towards purchasing counterfeit products affected their intentions towards counterfeit products.

**Keywords:** Counterfeit Product, Previous Experience, Perceived Risk, Attitude, Intention, Structural Equation Modeling.

### Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL: M30, M31, M39

Submitted: 17 / 12 / 2019

Accepted: 02 / 02 / 2020

<sup>1</sup> Öğr. Gör. Dr., Uşak Üniversitesi, Eşme Meslek Yüksek Okulu, mozan@usak.edu.tr, Orcid: 0000-0001-7287-5904

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi, Gönen Meslek Yüksek Okulu, fsahin@bandirma.edu.tr, Orcid: 0000-0002-4760-4413

## Giriş

Taklitçilik ve taklit ürün kavramları çok uzun bir tarihi geçmişe sahiptir (Clunas, 2004). Fakat özellikle 1970'li yıllarda ürünlerin yasal sahipleri (meşru üreticiler) açısından önemli bir sorun olarak ortaya çıkmaya başlamıştır (Harvey ve Ronkainen, 1985). Başlangıçta ürün taklitçiliği ve korsanlığı yalnızca lüks tüketim ve endüstriyel ürünler açısından bir sorun teşkil etmekteyken, geçen zaman içerisinde birçok ürün kategorisinde küresel anlamda bir tehdit haline gelmiştir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde gelişmiş ülkelere kıyasla daha yaygın olarak bu tür taklitçilik faaliyetleri gözlemlenmektedir (Chaudary vd., 2014). Taklitçilik faaliyetleri sosyal, politik ve ekonomik alanlarda çok ciddi sonuçlara neden olmaktadır. Marka sahiplerinin taklitçilik faaliyetlerinin yoğun olduğu ülkelere karşı iyi niyetlerinin azalmasının da bir sonucu olarak, istihdam alanları, inovasyon faaliyetleri azalmakta ve taklit ürünlerin neden olduğu sağlık tehditleri artmaktadır (Nash, 1989; Prendergast vd., 2002).

Taklitçilik faaliyetlerine yönelik olarak gerçekleştirilen 2022 yılı projeksiyonlarına göre; uluslararası ticaret içerisindeki taklit ürünlerin payının 991 Milyar Dolar; yerel olarak üretilen ve tüketilen ürünlerin değerinin 524 ila 959 Milyar Dolar; film müzik ve yazılım alanlarındaki dijital korsanlık faaliyetlerinin ise 384 ila 856 Milyar Dolara ulaşacağı tahmin edilmektedir (ICC, 2015). Avrupa Birliği Komisyonu'nun (European Commission-EC) hazırladığı bir rapora göre ise taklitçilik faaliyetlerinin sektör bazında tahmini dağılımı hesaplanmıştır. Bu rapora göre taklitçiliğin sektörlere göre görülme oranları; mühendislik ve teknoloji %47, moda ve lüks mallar %19, spor ürünleri %17, tütün ve alkol ürünleri %12, eğlence %4 ve sağlık ve güzellik ürünleri %1 şeklindedir (Comission, 2018). Yapılan tahminler göstermektedir ki taklitçilik faaliyetleri gün geçtikçe hızlı bir şekilde artmakta ve küresel ekonomi içerisindeki payı da aynı oranda artış göstermektedir. Günümüz taklitçilik faaliyetlerinin hızlı artışı sonucu karşılaşılan olumsuzlukların etkisi o derece büyüktür ki küresel ekonomiye de olumsuz etkileri bulunduğu yönünde tartışmalar başlamıştır. Dünya Ticaret Örgütü (World Trade Organisation-WTO) genel ekonomi verilerine göre 2014 yılında gerçekleşen ticaret hacminde duraksama yaşanmış, 2015 yılında %13 oranında sert bir düşüş görülmüş ve 2016 yılında ise %3 oranında düşüş yaşanmıştır (WTO, 2019). Dünya ticaret hacminde yıllar içerisinde yaşanan bu değişimin tek başına taklitçilik ve korsancılık faaliyetleri ile açıklanması mümkün gözükmez de bir miktar etkisinin bulunduğu tartışılmaktadır (OECD ve EUIPO, 2019). Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (Organisation for Economic Co-operation and Development-OECD) ile Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisi (European Union Intellectual Property Office-EUIPO) tarafından ortaklaşa yürütülen bir çalışma taklit ve korsan ürünlerin genel olarak dünya toplam ticaretinin % 2.5'ini (461 Milyar Dolar) oluşturmaktadır bu rakam 2016 yılında %3,3 oranına çıktığını ortaya koymuştur. Avrupa Birliği açısından ise durumun daha ciddi bir hale geldiği görülmektedir. Özellikle 2013 yılında AB tarafından ithal edilen ürünlerin %5'i (116 Milyar Dolar) taklit ve kaçak ürünlerden oluşmaktadır bu oran 2016 yılında % 6,8 oranına çıkmıştır (OECD ve EUIPO, 2016). Taklit ürünlerin ithalat faaliyetleri içerisinde hesaplanan bu oranları yalnızca gümrükler tarafından ele geçirilen ürünleri yansıtırken, genel olarak üretilen ve tüketilen taklit ve korsan ürünler ile internet üzerindeki dijital korsan ürünler bu hesaplama dahil edilmemiştir. Taklit ve korsan ürünlerin belirli kategorilere ayrıldığı bir analiz gerçekleştirilmiş ve Çin'in belirlenen on ürün kategorisinin dokuzunda en büyük üretici olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çin'e kıyasla daha az hacimde üretim payına sahip olsalar da Hindistan, Malezya, Pakistan, Tayland, Türkiye ve Vietnam gibi Asya ülkelerinde de birçok alanda önemli üreticilerin bulunduğu dikkat çekmektedir. Özellikle Türkiye deri ürünleri, gıda ve kozmetik alanı gibi birkaç sektörde önemli bir üretici olmasının yanı sıra AB'ye bu ürünlerin karayolu ile sokulmasında da rol oynamakta olduğu anlaşılmaktadır. Taklitçilik ve korsanlık faaliyetlerinden en çok zarar gören işletmeler buldukları ülkelere göre; ABD, Fransa, İsviçre, İtalya, Almanya, Japonya, Güney Kore, ve İngiltere şeklinde sıralanmaktadır. Bu ülkelerin yanı sıra Singapur, Hong Kong, Çin Halk Cumhuriyeti (Çin) ve Brezilya gibi ülkelerdeki bir çok hak sahipleri de gün geçtikçe daha fazla oranda taklitçilik ve korsancılık faaliyetlerinin mağduru olmaktadır (OECD ve EUIPO, 2019).

Taklitçilik yasal hak sahibi olan ürünlerin kopyasının ambalaj, etiket ve ticari marka da dahil olmak üzere birebir aynı şekilde veya ayırt edilebilir bir şekilde tekrar üretilmesi (Kay, 1990) ve taklit ürünler ise orijinal marka tarafından üretilmeyen düşük veya aynı kalite ve standarttaki yetkisiz ürünler (Staake vd., 2009; Bian ve Veloutsou, 2017) şeklinde tanımlanmaktadır. Fakat genel olarak literatürde yer alan araştırmalar, ürün taklitçiliğini üç farklı şekilde ele aldıkları görülmektedir: Aldatıcı taklitçilik (deceptive counterfeit), aldatıcı olmayan taklitçilik (non-deceptive counterfeit) (Grossman ve Shapiro, 1988; Chakraborty vd., 1996; Prendergast vd., 2002; Vida, 2007) ve bulanık taklitçilik (blur counterfeit) (Bian, 2006). Aldatıcı taklitçilik tüketicinin alışveriş esnasında gerçekte taklit olan bir ürün hakkında orijinal olduğu yönünde bir kanaate varmasını ifade etmektedir (Bamossy ve Scammon, 1985; Grossman ve Shapiro, 1988; McDonald ve Roberts, 1994; Lai ve Zaichkowsky, 1999). Aldatıcı taklitçilik genellikle otomotiv parçaları, tüketici elektroniği, tıbbi cihaz ve ilaç ürün kategorileri alanlarında daha yaygın olarak görülmektedir (Nia ve Zaichkowsky, 2000; Chaudhrya vd., 2005; Glass, 2014). Aldatıcı taklitçilik genel anlamda "ticari bir markanın yanıltıcı bir şekilde bir ürünle birlikte kullanılmasıdır" şeklinde de tanımlanmaktadır. Bu durumda taklit ticari marka yasal benzeriyle ayırt edilemez bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Bu tarz taklitçilik faaliyetlerinin amacı taklit ürünün orijinal kimliğe sahip olduğu yönünde tüketicinin yanlış bir inanca sahip olmalarını sağlamak suretiyle, taklit ürün satın almaları yönünde teşvik etmektir (Bamossy ve Scammon, 1985). Bazı taklit ürünler kalite açısından o derece iyidir ki marka sahipleri dahi taklit ürünleri kendi orijinal ürünlerinden laboratuvar testleri gibi yardımcı yöntemler olmadan ayırt edememekte, bazı ürünler ise aksine çok düşük bir kaliteye sahip olmakla beraber

bir o kadar da tehlikeli olabilmektedir (Bian ve Veloutsou, 2017). Bu ürünleri farkında olmadan satın alan tüketiciler açısından sonuç genel olarak memnuniyetsizlik iken; taklitçilik faaliyeti mağduru olan işletme açısından gelir, müşteri iyi niyeti ve güveninde kayıp anlamına gelmekte, taklitçilik yapan taraflar açısından ise düşük bir pazarlama çabası ve çok düşük bir finansal veya hukuksal risk ile kârdan pay elde etmelerini sağlamaktadır (Bamossy ve Scammon, 1985). Aldatıcı taklitçilikten farklı olarak, tüketicinin satın alma esnasında ürünün taklit olduğu bilincinde olma durumu ise aldatıcı olmayan taklitçilik olarak nitelendirilmektedir (Bamossy ve Scammon, 1985; Grossman ve Shapiro, 1988; McDonald ve Roberts, 1994; Wee vd., 1995; Lai ve Zaichkowsky, 1999). Aldatıcı olmayan taklitçilik özellikle lüks marka pazarlarında daha yaygın bir şekilde görülmektedir (Nia ve Zaichkowsky, 2000; Hanzaae ve Taghipourian, 2012). Bulanık taklitçilik ise tüketicinin ürünün taklit versiyonu, orijinal versiyonu, orijinal versiyonu fakat paralel ihracat yolu ile ülke içerisinde satılan versiyonu, indirimde olan bir orijinal versiyonu ve hatta çalıntı bir ürün olup olmadığı hakkında emin olmadıkları taklitçilik faaliyetleri olarak tanımlanmaktadır. Tüketicinin genel olarak bu davranışı nedeniyle sorumlu tutulamayacağı görüşü kabul görmektedir (Bian ve Moutinho, 2009).

Lüks marka ürün sahiplerinin bir çoğu taklit ürünlerin varlığının, lüks marka değerlerinde, bunlardan duyulan memnuniyette, statüde ve satın alma niyetinde azalmaya neden olduğuna inanmamaktadır. Diğer bir grup ise bu konuda farklı görüşlere sahiptirler (Nia ve Zaichkowsky, 2000). Fakat daha önceleri çoğunlukla lüks ürün grupları taklitçilik faaliyetlerine konu olurken artık bu faaliyetler yalnızca yazılımlar, müzik, araç ve uçak yedek parçaları, kozmetik, tıraş bıçağı, deterjan ve elbise ile sınırlı kalmayıp bunların yanı sıra gıda ve tıbbi araç ve gereçler ile DVD'ler, CD'ler, elektronik araçlar, tekstil ürünleri, askeri araç ve gereçler, alkollü içecekler, tütün ürünleri, pestisitler ve gübre gibi tarım araç ve gereçleri de dahil olmak üzere bir çok ürün kategorisinde taklitçilik yaygın bir hale gelmiştir (Mohamed, 2012; Glass, 2014). Birçok uluslararası işletme gün geçtikçe artan taklitçilik faaliyetlerinden endişe duymaktadır. Bunun en büyük sebebi taklitçilik faaliyetlerinin satışlarda düşüşe neden olması, fiyatlandırma ve dağıtım stratejilerini etkilemesi, pazarlama ve dağıtım kanallarına, marka itibarına ve marka imajına zarar vermesi ve fiyatların istikrarsızlaşmasına neden olmasından kaynaklanmaktadır (Hanzaae ve Taghipourian, 2012; Yıldız ve Avcı, 2019). Taklitçilik küresel pazarlama açısından da bir çok ürün kategorisinde ciddi bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır (Sweeney vd., 1994). Taklitçiliğin yol açtığı diğer sorunlar şu şekilde sıralanabilmektedir; taklit ürünler orijinal ürünlerin tüketiciler tarafından değerlendirilmesine olumsuz bir etki yaratmakta (Grossman ve Shapiro, 1988), orijinal ürünlere olan taleplerde kayıplara neden olmakta (Grossman ve Shapiro, 1986, 1988; Bush vd., 1989), işletmelerin kârlılıklarını düşürmekte, ARGE çalışmalarına yapılan yatırımın değerini azaltmakta (Quoquab vd., 2017), hak ihlallerini engellemeye yönelik faaliyetlerden kaynaklı maliyetleri arttırmada, birçok çalışanın işini olumsuz yönde etkilemekte (Bamossy ve Scammon, 1985), tüketicilerin sağlığını ve güvenliğini tehdit etmekte (Grossman ve Shapiro, 1988; Chakraborty vd., 1996; Cordell vd., 1996; Tom vd., 1998), müşterilerin orijinal markaya karşı olan güvenlerini olumsuz yönde etkilemekte, marka değerine ve işletmeye olan saygınlığa zarar vermektedir (Wilke ve Zaichkowsky, 1999).

Taklit ticari malların alım satımı işletmeden-müşteriye, işletmeden-işletmeye endüstrileşmiş veya yeni ortaya çıkmış olan ekonomiler de dahil olmak üzere birçok sektörde görülmektedir. Taklitçilik faaliyetleri iki taraftan biri olan talep veya arz yönündeki faaliyetlere müdahale edilmek suretiyle azaltılabileceği düşünülmektedir (Chaudhrya vd., 2005). Taklitçilik faaliyetlerinin yol açtığı ciddi sorunlar ile ilgili olarak tartışmalar artarak devam ederken, diğer taraftan ise bu konudaki literatür yoğun bir şekilde arz yönüne odaklanmış (Phau vd., 2001), taklitçilik ile ilgili talep yönündeki araştırmaların ise hala yetersiz olduğu görülmektedir (Wee vd., 1995; Vida, 2007). Arz tarafında, taklitçilik faaliyetleri ile uğraşanlar genel olarak, tüketicilerin orijinallik hususuna önem vermediğini fakat marka ürün gibi görünen ürünleri orijinallerine kıyasla daha ucuza satın almak istedikleri düşüncesinden hareket ettikleri anlaşılmaktadır (Hidayat ve Diwasasri, 2013). Bu sebeple marka taklitçiliği faaliyetleri alanında arz tarafına odaklanmış olan önceki çalışmalar işletmelerin taklitçilikle mücadele kapsamında kullanabilecekleri bir takım stratejiler öne sürmüşlerdir (Bamossy ve Scammon, 1985; McDonald ve Roberts, 1994; Wee vd., 1995; Lai ve Zaichkowsky, 1999; Chaudhrya vd., 2005). Bu araştırmalarda, taklitçilikle mücadele stratejilerinde kullanılabilecek araçlar diplomatik ve yasal baskılar, özel mürekkep ve manyetik bazı kodlar kullanılarak ürün veya ambalajlarında gerçekleştirilecek değişiklikler, perakendeci ağına odaklanmak suretiyle sorunu ortadan kaldırmak, taklitçiliğin zararları hakkında kamuoyu bilinci oluşturmak ve bu bilinci yaymak bu alanda kullanılabilecek bazı yöntemler olarak ön plana çıkmaktadır (Prendergast vd., 2002). Taklit ürünler farklı ürünlere tescilli olan markaların özelliklerinden yetkisiz bir şekilde menfaat sağlamaktadırlar (Chaudhry ve Zimmerman, 2009). Orijinal markanın yüksek marka değeri, logosu ve ambalajı gibi özellikleri taklitçilikle uğraşanlar tarafından izinsiz bir şekilde kullanılmakta ve ticari marka haklarına tecavüz edilmektedir (Quoquab vd., 2017). Bu tür faaliyetleri engellemek amacıyla ABD ve İngiltere gibi bazı ülkelerde taklit ürün imalatı ve satışının suç olarak sayılmasına rağmen (Hopkins vd., 2003), bu alandaki gerçekleştirilen önceki araştırmalar, sonucu her ne olursa olsun tüketicilerin üçte birinin aldatıcı olmayan taklit ürünler satın aldığını öne sürmektedir (Tom vd., 1998; Phau vd., 2001). Marka tecavüzü ve markalardan doğan hakların korunmasına yönelik halen yürürlükte olan Sanayi Mülkiyet Kanunu ile Türkiye'de de bir takım tedbirler alınmıştır. Sanayi Mülkiyet Kanununun Madde 1/1 fıkrasında "Bu kanunun amacı; marka coğrafi işaret, tasarım, patent, faydalı model ile geleneksel ürün adlarına ilişkin hakların korunması ve bu suretle teknolojik ekonomik ve sosyal ilerlemenin gerçekleşmesine katkı

sağlamaktır” şeklinde belirlenmiştir. Aynı yasa ile birlikte artık günümüzün ayrılmaz bir parçası haline gelen internet ve elektronik ticaret faaliyetlerini de kapsayacak şekilde Sanayi Mülkiyet Kanunu’nun 7/3-D bendi internet ortamındaki marka ihlalleri “İşareti kullanan kişinin, işareti kullanımına ilişkin hakkı veya meşru bağlantısı olmaması şartıyla işaretin aynı veya benzerinin internet ortamında ticari etki yaratacak biçimde alan adı, yönetici kod, anahtar sözcük yada benzeri biçimleri kullanması” maddesiyle kapsam dahiline alınmıştır. Ülkeler tarafından özellikle arz yönündeki faaliyetleri azaltmaya yönelik olarak alınan yasal önlemlere karşın taklitçilik faaliyetlerini yürüten üreticiler ve satıcılar özellikle gelişmekte olan ülkelerde bulunmakta ve düşük bir riskle çok yüksek kazançlar elde etme fırsatları çekici gelmektedir. Yargı süreçlerinin yavaş işlemesi, yasalardaki boşluklar ve yasaların uygulanması ile bu konudaki mahkumiyet kararlarının düşük olması ve cezaların yetersiz olması taklitçilikle uğraşanların ortaya çıkmasına ve yaygınlaşmasına neden olan sebepler arasında gösterilmektedir (Bush vd., 1989; Wee vd., 1995; Cordell vd., 1996; Santos ve Ribeiro, 2007).

Taklitçilik faaliyetlerine yönelik yapılan talep yönlü çalışmalara göre ise tüketicilerin büyük bir çoğunluğunun taklit ürünleri bilinçli bir şekilde satın aldıklarını ileri sürmektedir (Tom vd., 1998; Phau vd., 2001; Bian ve Moutinho, 2009). Özellikle tüketicilerin bilerek bu ürünleri satın almaları durumunda orijinal ürün hak sahipleri ile bu ürünleri üreten endüstriler açısından çok ciddi bir tehdit oluşturduğu bilinmektedir (Chaudary vd., 2014). Fakat bazı araştırmalara (Lysonski ve Durvasula, 2008) göre tüketiciler yalnızca taklit ürünlerin sağladığı sosyal faydaları algılamakta, diğer taraftan ise bu davranışlarının belirli bir endüstriye neden olduğu zararı veya yol açabileceği sosyal maliyeti göz ardı ettikleri de gözlemlenmektedir. Taklitçilik faaliyetleri aynı zamanda taklit ürün üretenlere de zarar vermektedir. Çünkü düşük kaliteli taklit ürünler marka imajının yıpranmasına neden olmakta, bu ise genel talepte düşüşe neden olmaktadır (Prendergast vd., 2002). Taklitçilik faaliyetlerinin bir diğer mağduru ise müşterilerdir. Düşük kaliteli taklit ürünlerin yola açtığı zarar yalnızca orijinal ürünlere olan iyi niyeti yok etmekle kalmamakta, tüketicilerin güvenliğine de zarar vermekte, hatta masum son kullanıcılar için hayati tehlikelere neden olabilmektedir (Nash, 1989; Bian ve Veloutsou, 2017).

Taklit ürün satın alma konusunun küresel ekonomiyi olumsuz yönde etkilediği gibi sosyal ve kültürel açıdan da bir tehdit haline geldiği görülmektedir (Quoquab vd., 2017). Bu sebeple taklitçilik alanındaki çalışmalar uygulamacılar ve akademisyenler tarafından büyük bir ilgi ile karşılanmaktadır. Bu alandaki çalışmaların genişletilerek, özellikle tüketicilerin bu ürünleri satın almasında önemli rol oynayan davranış ve tutumları ile ilgili alanlarda daha detaylı araştırmalar yapılması geniş bir kitle tarafından desteklenmektedir (Bian ve Veloutsou, 2017). Ciddi bir sorun olarak karşımıza çıkan taklitçilik faaliyetleri ile ilgili gün geçtikçe artan tartışmalar bir taraftan devam ederken, diğer taraftan ise bu konudaki literatürün talep yönünden daha çok arz yönüne odaklanmış olduğu (Nia ve Zaichkowsky, 2000) gözlemlenmektedir. Taklitçilik ile ilgili olarak özellikle taleple ilgili yapılan çalışmaların kısıtlı olması nedeniyle (Wee vd., 1995; Cordell vd., 1996; Prendergast vd., 2002; Vida, 2007) bu alanda tüketicilerin neden bu ürünleri satın aldığının anlaşılmasına yönelik çalışmalar yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Taklit ürünlerin satışı ve satın alınması faaliyetlerinin uluslararası bir sorun ve küresel ekonomi açısından bir tehdit oluşturması, tüketicilerin taklit ürün satın almaya yönelik niyetlerinin sebepleri tam manasıyla açıklanamamış olması (Cheng vd., 2011) ve tüketicilerin taklit ürün satın alma niyetleri bağlamında araştırma çalışmalarının eksikliğinin hissedilmesi (Chaudary vd., 2014) bu çalışmayı önemli hale getirmektedir. Taklitçilik faaliyetlerinin artışı, tüketicilerin taklit ürünlere olan artan talepleri büyük bir rol oynamaktadır. Bu sebepten, tüketicilerin taklit ürün satın alma tutumlarının etkileyen faktörlerin açıklanabilmesi önem taşımaktadır.

## 1. Literatür

### 1.1. Sosyal Statü

Bireyler, hem kendileri hem de etrafındaki diğer bireyler için belirli bir statü anlamı taşıyan ve sembolize eden tüketici ürünlerini gösterişçi tüketim yoluyla kendi sosyal durumlarını iyileştirmeyi amaçlamaktadırlar (Eastman vd., 1999). Taklit ürün satın alan tüketiciler orijinal ürüne atfedilen orijinal ürünün temsil ettiği prestij değerini elde ettiklerine inanmaktadırlar (Bloch vd., 1993; Ang vd., 2001). Statü elde etme arzusu birçok tüketici davranışını motive etmektedir (Eastman vd., 1999). Gelir düzeyi ve meslek gruplarından kaynaklı olarak toplum içerisinde hiyerarşik sosyal farklılıklar meydana gelmektedir. Bu farklılıklar sosyal sınıf olarak adlandırılmaktadır. Araştırmacılar sosyal statü arzusu ile sosyal sınıflar arasında bir bağlantı olduğunu öne sürmektedirler (Coleman, 1983; Grønhaug ve Trapp, 1988). Ait olunan sosyal sınıf tüketim ve satın alma davranışlarını da etkilemektedir (Grønhaug ve Trapp, 1988). Bu hiyerarşik sosyal ilişkiler bir kişinin sahip olduğu sosyal statü miktarını ve arzu edilen sosyal statü sembollerinin belirlenmesinde önemli bir yere sahiptir.

Tüketicilerin hangi statü arzusuyla hareket ettiğinin anlaşılabilmesi, aynı zamanda statü tüketimi kavramının da tanımlanması için önemlidir (Eastman vd., 1999). Statü tüketimi bir statüyü temsil eden ürün ve hizmetlerin statü kazanmak amacıyla satın alınması kullanılması sergilenmesi ve tüketilmesi olarak tanımlanmaktadır (Mason, 1980; Scitovsky, 1992; Eastman vd., 1997). Statü tüketiminin amacı ise tüketicilerin gözle görülebilir kanıtlar yoluyla hem kendi kendilerini tatmin etmeleri hem de bu kanıtları çevrelerindeki diğer kişilere sergilemeleridir (Eastman vd., 1997). Sosyal baskı kişilerin eylemleri kuralları çiğnemeye neden olsa dahi başkalarını takip etmeye yönelik bir etki oluşturur. Diğer bir deyişle sosyal

etki tüketicilerin davranışlarını etkilemektedir (Ang vd., 2001; Phau ve Teah, 2009). Çünkü bireysel tüketiciler sosyal baskılara yönelik duyarlılığa sahiptirler (Wang vd., 2005). Marka imajı, marka itibarı, işletme itibarı ve marka değeri özellikle marka ürünlerin tüketici tarafından algılanan ürün performanslarının belirleyicisi konumundadır ve Eastman vd. (1999)'a göre bunun nedeni bu ürünler ile tüketicilerin sosyal statüleri arasında bir ilişki kurmalarıdır. Sosyal statünün önemli bir diğer değişkeni ise kişisel ekonomik güçtür (Sorokin, 1959). Tüketici gelecekteki sosyal statüsünün yüksek olacağını değerlendirdiğinde fiyata karşı olan duyarlılıkları azalmakta ve moda olan orijinal ürünleri tercih edebilmektedir. Fakat diğer taraftan satın alınan ürün orijinal veya taklit olsun tüketiciler aynı görünüme sahip olacaklardır (Yoo ve Lee, 2009). Bu iki seçenek arasındaki tek belirgin olan fark ise orijinal satın alma faaliyetinde bulunan tüketiciler bunu lüks ürünün taşıdığı anlam için yaparken, diğer taraftan taklit ürün satın alma faaliyetinde bulunan tüketiciler ise bunu sadece orijinaline benzeyene ihtiyaç duyduğundan; yani orijinal ürünün taşıdığı prestiji elde etmek ama bunu aynı zamanda orijinal ürüne ödeme yapmadan elde etme amacıyla gerçekleştirmektedir (Penz ve Stottinger, 2005). Bu sebeple algılanan gelecek sosyal statü ile taklit ürün satın alma arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu düşünülmektedir. İlgili literatür çerçevesinde oluşturulan araştırma hipotezi aşağıdaki gibidir:

H<sub>1</sub>: Sosyal statünün taklit ürün satın almaya yönelik tutum üzerinde pozitif yönlü bir etkisi vardır.

## 1.2. Düşük Fiyat

Küresel pazarlama faaliyetlerinin artışı ile birlikte dünya çapında bilinirliği yüksek markalar açısından talepte de bir artış gözlemlenmektedir. Bunun beraberinde gelişmekte olan ülkelerin teknolojik kapasitelerindeki önemli artış, düşük maaş ve vergi düzenlemeleri gibi sorunlar bu ülkelerde taklitçilik faaliyetlerini çekici hale getirmiştir. Taklitçilik faaliyetlerinde bulunanlar böylelikle düşük maliyetle üretim yapmakta ve bunları satın almaya hazır istekli pazarlar bulmakta zorlanmamaktadırlar (Bush vd., 1989). Bu kapsamda bazı araştırmacılar (Dodge vd., 1996; Albers-Miller, 1999; Prendergast vd., 2002; Harvey ve Walls, 2003) düşük fiyatın taklit ürünlerin talebinde önemli bir rolü olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu durum tüketicilerin orijinal ürünler satın almak istemelerine rağmen alım gücü kısıtı ile karşılaşmalarından kaynaklanabilmektedir. Düşük fiyatlı taklit ürünler yüksek fiyatlı orijinal ürünleri satın alma gücüne sahip olmayanlar açısından fırsat olarak görülebilmektedir (Chuchinprakarn, 2003; Chaudhry ve Zimmerman, 2009). Bunun yanı sıra aldatici taklitçiliğin sunduğu düşük fiyatların da aldatici olmayan taklitçiliğe olan talepleri artırıcı etkisi olduğu gözlemlenmiştir (Staake ve Fleisch, 2008). Prendergast vd.'ne (2002) göre tüketiciler aldatici olmayan taklitçilik faaliyeti ürünlerini düşük fiyatı ve satış noktaları ile anlayabilmektedir. Tüketiciler özellikle aralarında belirgin bir fiyat farkı bulunması durumunda taklit ürünleri orijinal ürünlere tercih edebilmektedir (Bloch vd., 1993; Gentry vd., 2006). Belirli bir yaşam tarzına uyum sağlamak isteyen fakat orijinal ürünler satın alabilmek için finansal gücü yeterli olmayanlar ise taklit ürünlere yönelebilmektedirler (Gistri vd., 2009). Benzer şekilde fiyat hassasiyeti yüksek olan tüketiciler de fiyatların uygun olması nedeniyle taklit ürünler satın almak isteyebilmektedirler (Haque vd., 2009; Gino vd., 2010; Rizwan vd., 2012). İlgili literatür çerçevesinde oluşturulan araştırma hipotezi aşağıdaki gibidir:

H<sub>2</sub>: Düşük fiyat taklit ürün satın almaya yönelik tutumu pozitif yönde etkilemektedir.

## 1.3. Etik Bilinci

Tüketici etiği bir birey veya topluluğun bir ürün veya hizmeti tercih, satın alma, kullanma veya satışında rehber olan ahlak kuralları, ilkeler ve standartlar olarak tanımlanmaktadır (Muncy ve Vitell, 1992). Etik bilinç ise sonuçlarından bağımsız olarak bir eylemin kişisel ahlaki felsefesine uygunluğunu ifade eden etik idealizmini şekillendirmektedir. Literatürdeki araştırmalara bakıldığında, ahlaki yargılamaların ve tüketici etiğinin taklit ürün (Maldonado ve Hume, 2005) ve korsan yazılım (Tan, 2002) satın alma niyetlerini azalttığını göstermektedir. Lysonski ve Durvasula (2008) ise korsan müzik dosyaları indirme ve satın almanın yoğun bir şekilde etik açıdan yanlış olmadığı yönünde sahip olunan inançla yapıldığı sonucuna ulaşmışlardır. Bir diğer araştırma ise yaşlı tüketicilerin genç tüketicilere göre daha vicdanlı hareket ettikleri, geçmişte daha az taklit ürün satın alma deneyimine sahip oldukları ve gelecekte de taklitürün satın alma isteklerinin daha az olduğunu ortaya koymaktadır (Swami vd., 2009). İlgili literatür çerçevesinde oluşturulan araştırma hipotezi aşağıdaki gibidir:

H<sub>3</sub>: Etik bilincin taklit ürün satın almaya yönelik tutum üzerinde negatif yönlü bir etkisi vardır.

## 1.4. Algılanan Risk

Pazarlama alanındaki gerçekleştirilen önceki araştırmalar tüketicilerin satın alma kararı esnasında belirsizliği ve istenmeyen sonuçları azaltmak istediğini, bu sebeple algılanan riskin satın alma kararlarına etki ettiğini ortaya koymaktadır (Dowling ve Staelin, 1994). Taklit ürün satın almak riskli bir faaliyet olarak kabul edilmekte, bunun nedeni ise tüketicilerin bireysel olarak aldıkları parasal risk, sosyal grupların bu tarz satın alma faaliyetlerini onaylamaması sonucu ortaya çıkabilecek sosyal risk veya bu faaliyetler dolayısıyla göze almış olduğu tutuklanma ve suçlanma gibi yasal risktir (De Matos vd., 2007). Bu konuda gerçekleştirilen araştırmalara göre, tüketicilerin taklit ürün satın almaya yönelik algıladıkları



risk arttıkça taklit ürün satın almaya yönelik tutumlarında azalma meydana gelmektedir (Ang vd., 2001; Huang vd., 2004). İlgili literatür çerçevesinde oluşturulan araştırma hipotezi aşağıdaki gibidir:

H<sub>4</sub>: Algılanan riskin taklit ürün satın almaya yönelik tutum üzerinde negatif yönlü bir etkisi vardır.

### 1.5. Geçmiş Deneyim

Tüketici davranışlarının, bireysel öğrenmenin bir sonucu olduğu varsayımına bağlı olarak (Bentler ve Speckart, 1979) araştırmacılar arasında, tüketicilerin geçmiş davranışlarının gelecekteki niyetlerinin güçlü bir şekilde tahmininde çok önemli bir yeri olduğu düşünülmektedir (Conner ve Armitage, 1998). Delgado Ballester ve Luis Munuera-Alemán (2005) zaman içerisinde geçmiş deneyimler yolu ile oluşturulan güvenin bir satın alma faaliyetinin en önemli parçası olduğu, sadık müşterilerin tanımlanmasında ve dahası gelecekte marka değeri oluşturmada önemli bir yapı taşı oluşturduğunu belirtmişlerdir. Ang vd. (2001) tarafından yürütülen bir araştırma taklit ürün satın alanlar ile satın almayanlar arasında fark olduğunu ortaya koymuştur. Bunun nedeni ise daha önce taklit ürün satın alanların bu faaliyetleri daha risksiz olarak algılamaları, sergiledikleri davranışların etik olmadığı yönünde kaygı taşımamaları ve daha önce satın alma faaliyetlerinde buldukları satın alma noktalarına karşı güven duygusu beslemeleridir. Benzer şekilde Tom vd. (1998); Wang vd. (2005), taklit ürün satın alanlar ile hiç satın almayanlar arasında belirgin farklılıklar bulunduğunu, bu sebeple birbirlerinden ayrı değerlendirilmesi gerektiğini ve geçmiş deneyimlerin taklit ürünlere yönelik tutumları artırıcı bir etkisi olduğunu belirtmişlerdir. Yapılan bir başka çalışmada, daha önce hiç taklit ürün satın almamış olan tüketicilerin taklit ürünleri tercih etmeyecekleri, bununla beraber taklit ürün satın alma fırsatı sunulduğunda gelecekte taklit ürün satın almaya yönelik olumlu bir niyet sergilemeyecekleri belirtilmiştir (Chaudary vd., 2014). Geçmiş ürün deneyimleri göz ardı edilerek taklit ürün satın alma niyeti ile orijinal ürün satın alma niyeti karşılaştırılmış ve tüketicilerin orijinal ürünleri taklit ürünlere tercih ettikleri görülmüştür. Fakat tüketici bir kez taklit ürün satın almayı denediği ve fiyat bilgisine ulaştığı durumda orijinal ürün satın alma niyeti büyük bir oranda azalmış ve yanıtlayıcıların taklit ürün satın alma niyetlerinde büyük bir artış gözlemlenmiştir (Yoo ve Lee, 2009). Swami vd. (2009) tarafından gerçekleştirilen bir başka çalışmada ise geçmiş deneyimin taklit ürün satın alma davranışını olumlu yönde etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. İlgili literatür çerçevesinde oluşturulan araştırma hipotezi aşağıdaki gibidir:

H<sub>5</sub>: Geçmiş deneyimler taklit ürün satın almaya yönelik tutumu pozitif yönde etkilemektedir.

H<sub>6</sub>: Geçmiş deneyimler taklit ürün satın almaya yönelik niyeti pozitif yönde etkilemektedir.

### 1.6. Taklit Ürün Satın Alma Tutum ve Niyeti

Tutum belirli bir konuda tutarlı bir şekilde olumlu ya da olumsuz şekilde davranma eğilimi olarak tanımlanmaktadır (Schiffman ve Kanuk, 1997). Bagozzi vd. (2002) tutumu bir değerlendirme süreci olarak tanımlamaktadırlar. Bir diğer tanım ise, tutum kavramını belirli bir olgunun değerlendirilerek onaylama veya onaylamamanın ifade edilmesine yönelik psikolojik bir süreç olarak açıklamaktadır (Eagly ve Chaiken, 1993). Ajzen ve Fishbein (1980), bireyin tutumu ve niyeti arasında son derece yakın bir ilişki olduğunu, bunun bir sonucu olarak bir davranışın geleceğe yönelik tahmininde önemli bir yere sahip olduğunu ifade etmişlerdir. Bu araştırmalar kapsamında tüketicilerin taklitçilik değerlendirmesinin bireyin taklit ürün satın alma niyetinin önemli bir belirleyicisi olduğu, sergiledikleri davranışların kendi referans grupları tarafından ne derece onaylandığının da önem taşıyan bir diğer faktör olduğu düşünülmektedir (De Matos vd., 2007). Planlı davranış teorisi (Ajzen ve Fishbein, 1980; Ajzen, 1991) çerçevesinde tutumun satın alma niyeti ve davranışı arasında bir çok bağlamda yakın bir ilişki olduğu ortaya konmuştur (Shaw ve Shiu, 2002). Taklit ürün satın alma kapsamında gerçekleştirilen araştırmalar tutumun satın alma niyetini açıklayabildiğini ortaya koymuşlardır (De Matos vd., 2007; Phau ve Teah, 2009). İlgili literatür çerçevesinde oluşturulan araştırma hipotezi aşağıdaki gibidir:

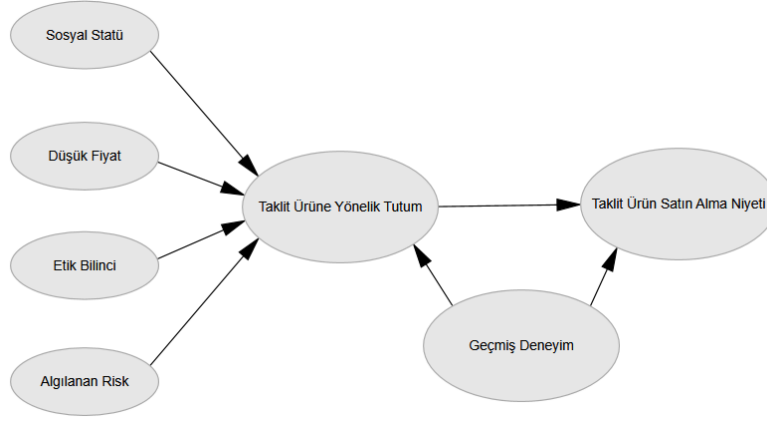
H<sub>7</sub>: Taklit ürün satın alma tutumu taklit ürün satın alma niyetini pozitif yönde etkilemektedir.

## 2. Metodoloji

### 2.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Tüketiciler çoğunlukla bilinçli bir şekilde taklit ürün satın almaktadırlar; dolayısıyla bireylerin satın alma faaliyetlerine yönelik tutum ve niyetleri incelenirken, literatürde yer alan daha önceki çalışmalarda ortaya çıkan sosyal statü, düşük fiyat, etik bilinci, algılanan risk ve geçmiş deneyim faktörlerinin etkisi açıklanmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda farklı şehirlerde yaşayan (Uşak, Kütahya ve Kırklareli) ve farklı demografik özelliklere sahip bireyler üzerinde araştırma gerçekleştirilmiştir.

## 2.2. Araştırma Modeli



Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırmanın amacına uygun şekilde oluşturulan modelde algılanan risk, sosyal statü, düşük fiyat, etik bilinci, geçmiş deneyim, taklit ürüne yönelik tutum ve taklit ürüne yönelik niyet değişkenleri yer almaktadır. Araştırma modeli Şekil 1’de gösterilmektedir.

## 2.3. Araştırmanın Ana kütlesi, Örneklem ve Verilerin Toplanması

Araştırmanın ana kütlesini 18 yaşından büyük bireyler oluşturmaktadır. Ülkemizde yaşayan 18 yaşından büyük bireylerin oluşturduğu ana kütlelin büyüklüğü değerlendirildiğinde, araştırma kapsamında elde edilen verilerin toplanmasında kolayda örnekleme yöntemi kullanılmasının uygun olacağı düşünülmüştür. Ana kütlelin çok büyük olduğu durumlarda kolayda örnekleme yöntemi kullanılabilir (Nakip, 2003: 183).

Veri toplamak amacıyla fiziken ulaşıma imkanı daha kolay olan ve farklı sosyo-kültürel ve demografik özelliklere sahip olduğu düşünülen Uşak, Balıkesir, Kütahya ve Kırklareli illerinde yaşayan bireylere yüz yüze anket uygulanmıştır. Bu bağlamda 15.07.2019-30.11.2019 tarihleri arasında toplamda 358 birey demografik faktörleri ölçmeye yarayan ifadelerle birlikte anket formunda yer alan toplam 32 ifadeyi cevaplamıştır. Cevaplama kaynaklı problemler ve eksik veri sebebiyle 38 anket veri setinden çıkartılmış ve kalan 320 veri ile araştırmanın analizleri gerçekleştirilmiştir. Beşli likert (1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum) tipinde hazırlanan veri seti, Amos 23.0 ve SPSS 21.0 paket programları kullanılarak analiz edilmiştir.

Araştırma modeli kapsamında öne sürülen araştırma değişkenlerinden sosyal statüye ilişkin dört ifade Eastman vd. (1999) ve Lassar vd. (1995), düşük fiyata ilişkin beş ifade ve geçmiş deneyime ait üç ifade Tom vd. (1998), etik bilincine ait dört ifade Lysonski ve Durvasula (2008), taklit ürüne yönelik tutuma ait altı ifade ve taklit ürüne yönelik niyete ait üç ifade De Matos vd. (2007) ve algılanan riske ait üç ifade Dowling ve Staelin (1994) çalışmalarından uyarlanmıştır.

## 3. Araştırmanın Bulguları

### 3.1. Tanımlayıcı İstatistikî Bulgular

Araştırmaya katılan bireylerin demografik özelliklerine yönelik elde edilen bulgular Tablo 1’de sunulmaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler		Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	176	55,0
	Erkek	144	45,0
	<b>Toplam</b>	<b>320</b>	<b>100</b>
Yaş	18-30	180	56,2
	31-44	92	28,8
	45 ve üzeri	48	15,0
	<b>Toplam</b>	<b>320</b>	<b>100</b>
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	20	6,2
	Lise	124	38,8

Demografik Özellikler		Frekans	Yüzde (%)
	Ön lisans	98	30,6
	Lisans	66	20,6
	Lisansüstü	12	3,8
<b>Toplam</b>		<b>320</b>	<b>100</b>
Aylık Gelir Düzeyi	2020 TL ve altı	175	54,7
	2021-3600 TL	57	17,8
	3601-4800 TL	48	15,0
	4801 TL ve üzeri	40	12,5
	<b>Toplam</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Tablo 1'e göre, araştırmaya katılan bireylerin 176'sı (%55) kadın ve 144'ü (%45) erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların 180'i (%56,2) 18-30 yaş aralığında yer almaktadır. Eğitim düzeylerine bakıldığında ise 124 (%38,8) katılımcının lise mezunu olarak çoğunluğu oluşturduğu görülmektedir. Araştırmaya katılım sağlayan bireylerin gelir düzeylerine bakıldığında 175'i (%54,7) asgari ücret ve altında, 40'ı (%12,5) ise 4801 TL ve üzeri gelire sahip olduğu elde edilen bulgular arasındadır.

### 3.2. Bulgular

#### 3.2.1. Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) Bulguları

Açıklayıcı faktör analizi (AFA), değişkenleri özet bir biçimde göstermeye yarayan çok değişkenli bir analiz yöntemi olarak kullanılmaktadır. AFA veri setinin faktör analizine uygunluğunu test etmek için KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) testi ve Bartlett's Sphericity küresellik testleri kullanılmaktadır (Punch ve Etöz, 2005: 124). Bu kapsamda araştırma modelinde yer alan sosyal statü (S1-S4), düşük fiyat (DF1-DF5), etik bilinci (E1-E4), geçmiş deneyim (GD1-GD3), taklit ürüne yönelik tutum (T1-T6), taklit ürüne yönelik niyet (N1-N3) ve algılanan risk (R1-R3) olmak üzere toplam 28 madde için temel bileşenler analizi ve varimax döndürme yöntemi kullanılarak faktör analizi yapılmıştır. AFA sonuçları Tablo 2'de gösterilmektedir.

**Tablo 2. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonucu**

Değişkenler	Ortalama	S. Sapma	Faktör Yüğü	$\alpha$
<b>Sosyal Statü</b>				
S1	3,21	1,171	0,843	0,893
S2	3,16	1,072	0,891	
S3	2,92	1,145	0,873	
S4	2,86	1,193	0,832	
<b>Düşük Fiyat</b>				
DF1	2,62	1,026	0,819	0,896
DF3	2,80	1,049	0,766	
DF4	2,50	1,064	0,879	
DF5	2,69	1,167	0,742	
<b>Etik Bilinci</b>				
E1	2,43	1,103	0,791	0,842
E2	2,59	1,073	0,865	
E3	2,30	1,157	0,772	
E4	2,41	1,136	0,871	
<b>Geçmiş Deneyim</b>				
GD1	3,45	1,119	0,847	0,878
GD2	2,98	1,065	0,783	
GD3	3,24	1,036	0,761	
<b>Taklit Ürüne Yönelik Tutum</b>				
T1	2,65	1,112	0,843	0,901
T2	2,80	0,994	0,819	
T3	2,71	1,014	0,757	
T4	2,97	1,071	0,783	
<b>Taklit Ürüne Yönelik Niyet</b>				
N1	3,08	1,195	0,782	0,919
N2	3,29	1,182	0,812	
N3	2,83	1,080	0,837	
<b>Algılanan Risk</b>				
R1	3,26	1,127	0,852	0,881
R2	3,46	1,236	0,807	
R3	3,29	1,153	0,815	
<b>KMO Testi: 0,865</b>				
<b>Bartlett Sphericity Testi: 5866,870 df:300 Sig: 0,000</b>				

Tablo 2’de yer alan bilgilere göre, araştırmada kullanılan değişkenlerin KMO değeri %0,865 ve Barlett’s Sphericity testi değeri  $p < 0,001$ ’dir. Bu nedenle veri setinin faktör analizine uygun olduğu ifade edilebilir. AFA sonucunda taklit ürüne yönelik tutuma ait T5, T6 ve düşük fiyata ait DF2 ifadelerinin faktör yükleri 0,50’nin altında kaldığı ve başka faktörlere çapraz yüklendiği için araştırmadan çıkarılarak diğer değişkenler üzerinden faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda elde edilen veriler incelendiğinde; sosyal statü faktörüne ait yüklerin 0,832-0,891 arasında, düşük fiyat faktörüne ait yüklerin 0,776-0,879 arasında, etik bilinci faktörüne ait yüklerin 0,772-0,871 arasında, geçmiş deneyim faktörüne ait yüklerin 0,761-0,847 arasında, taklit ürüne yönelik tutum faktörüne ait yüklerin 0,757-0,843, taklit ürüne yönelik niyet faktörüne ait yüklerin 0,782-0,837 arasında ve algılanan risk faktörüne ait yüklerin ise 0,807-0,852 arasında değerlere sahip olduğu anlaşılmaktadır. Araştırmada yer alan yedi faktörün toplam varyansın %80,38’ini açıkladığı elde edilen bulgular arasındadır. Faktörlerin güvenilirlik katsayılarına bakıldığında ise, her bir faktörün değerinin 0,70’den büyük olduğu ve içsel tutarlığın da sağlandığı söylenebilir (Hair vd., 2010).

### 3.2.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) Bulguları

AFA sonrası araştırma modelinin güvenilirliğini ve geçerliliği test etmek amacıyla DFA gerçekleştirilmiştir. DFA ile araştırma kapsamında elde edilen verilerle teorik olarak oluşturulan yapının doğrulanıp doğrulanmadığı analiz edilebilmektedir (Çokluk vd., 2016: 177).

Tablo 3’de ölçüm modeline ilişkin DFA sonucunda elde edilen standardize edilmiş yol katsayıları (SEYK), t değerleri, yapı güvenilirliği (composite reliability-CR), ortalama açıklanan varyans (average variance extracted-AVE) ve Maksimum Paylaşılan Varyansın Karesi (Maximum Squared Variance) MSV değerleri gösterilmektedir. Araştırma için değişkenler arasındaki parametrelerin tahmininde Maximum Likelihood Estimation (en yüksek olasılık) yöntemi kullanılmıştır.

**Tablo 3. Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları**

Faktörler	SEYK	t değeri	CR	AVE	MSV
<b>Sosyal Statü</b>					
S1	0,79	14,89	0,87	0,70	0,18
S2	0,86	16,45			
S3	0,88	16,75			
S4	0,79				
<b>Düşük Fiyat</b>					
DF1	0,80	16,76	0,90	0,68	0,21
DF3	0,82	17,06			
DF4	0,86	18,61			
DF5	0,84				
<b>Etik Bilinci</b>					
E1	0,84	19,60	0,92	0,74	0,12
E2	0,82	18,83			
E3	0,90	22,57			
E4	0,87				
<b>Geçmiş Deneyim</b>					
GD1	0,85	16,50	0,88	0,71	0,42
GD2	0,88	17,11			
GD3	0,80				
<b>Taklit Ürüne Yönelik Tutum</b>					
T1	0,80	17,54	0,90	0,69	0,50
T2					
T3	0,83	18,23			
T4	0,85				
<b>Taklit Ürüne Yönelik Niyet</b>					
N1	0,89	21,64	0,92	0,79	0,50
N2	0,91	22,07			
N3	0,86				
<b>Algılanan Risk</b>					
R1	0,85	14,27	0,88	0,71	0,16
R2	0,80	16,81			
R3	0,87				

Ölçme modeline ilişkin olarak uyum geçerliliğinin sağlanabilmesi için ölçek maddelerinin standardize edilmiş faktör yüklerinin 0,70’in üzerinde olması istenmektedir (Kline, 2011). Tablo 3 incelendiğinde değişkenlere ilişkin standardize faktör yüklerinin 0,70 değerinden büyük olduğu görülmektedir. Ayrıca, yapısal eşitlik çalışmalarında kompozit geçerlilik değerinin 0,70’den ve ortalama açıklanan varyans değerlerinin de 0,50’den büyük olması gerekmektedir (Hair vd., 2010). Tablo 3’de kompozit geçerlilik (CR) değerlerinin 0,70’den ve ortalama açıklanan varyans (AVE) değerlerinin 0,50’den

büyük olduğu anlaşılmaktadır. Ayırt edici geçerlilikten söz edebilmek için  $MSV < AVE$  ve  $AVE$ 'nin karekökünün faktörler arası korelasyondan büyük olması koşullarının sağlanması gerekir (Yaşlıoğlu, 2017: 83). DFA'da bakılması gereken bir başka değer ise değişkenlere ilişkin t değerlerinin anlamlılık düzeyleridir. Tabloya göre elde edilen t değerlerinin Çokluk vd. (2016)'ya göre 0,01 düzeyinde (2,56 değerinden büyük) anlamlı olduğu anlaşılmaktadır. Tabloda S4, DF5, E4, GD3, T4, N3 ve R3 analiz sırasında referans değeri olarak 1'e eşitlendiğinden t değeri bulunmamaktadır.

Tablo 4'de yer alan açıklanan varyans değerinin karekökü ile korelasyon katsayıları incelendiğinde ise; açıklanan varyans değerlerinin karekökünün boyutlar arası en yüksek korelasyon değerinden büyük olması gerekmektedir (Kline, 2011: 116). Dolayısıyla bu kriterin de sağlandığı görülmektedir.

**Tablo 4. Korelasyon Katsayıları ve Açıklanan Varyansların Karekök Değerleri**

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7
Tutum	<b>0.833</b>						
Sosyal Statü	0.608	<b>0.838</b>					
Düşük Fiyat	0.776	0.792	<b>0.822</b>				
Etik Bilinci	0.565	0.678	0.639	<b>0.860</b>			
Geçmiş Deneyim	0.693	0.793	0.716	0.713	<b>0.842</b>		
Niyet	0.577	0.651	0.760	0.675	0.681	<b>0.889</b>	
Algılanan Risk	0.650	0.794	0.808	0.755	0.857	0.754	<b>0.843</b>

**Not:** AVE karekökleri köşegen (diyagonal) ve koyu olarak verilmiştir.

DFA'ya ilişkin olarak ölçme modelinin uyum iyiliği değerlerine bakılmıştır. Uyum iyiliği değerlerinden  $\chi^2/df$  şeklinde ifade edilen ki-kare istatistiği 2,24 olarak hesaplanmışken, RMSEA (Ortalama hata karekök yaklaşımı) 0,062, GFI (Uyum iyiliği indeksi) 0,88, CFI (Karşılaştırmalı uyum indeksi) 0,95, NFI (Normlu uyum indeksi) 0,92 ve son olarak NNFI (Normlu olmayan uyum indeksi) 0,95 değerlerine sahiptir. Elde edilen sonuçlara göre ölçme modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu söylenebilir (Kline, 2011; Çokluk vd., 2016).

### 3.2.3. Yapısal Analiz ve Hipotez Testi Sonuçları

Yapısal eşitlik modellemesi kapsamında araştırmaya ilişkin ölçme modeli doğrulandıktan sonra kuramsal olarak öne sürülen araştırma modelinin analizi ve hipotezlerin testine geçilmiştir. Gerçekleştirilen analiz, örtük değişkenlerin gözlenen değişkenleri açıklama durumlarına ait t değerlerinin anlamlı olduğu sonucunu göstermektedir. Ayrıca, yapısal modelin uyum iyiliği değerlerine bakıldığında ki-kare istatistiği 2,06, RMSEA (Ortalama hata karekök yaklaşımı) 0,056, GFI (Uyum iyiliği indeksi) 0,89, CFI (Karşılaştırmalı uyum indeksi) 0,95, NFI (Normlu uyum indeksi) 0,91 ve son olarak NNFI (Normlu olmayan uyum indeksi) 0,96 değerlerine sahiptir. Dolayısıyla, yapısal modelin uyum iyiliği değerlerinin literatürde istenen aralıklarda olduğu görülmektedir (Kline, 2011; Çokluk vd., 2016).

Yapısal modelin uygunluğu kanıtlandıktan sonra, araştırma modelinde öngörülen nedensel ilişkileri ortaya koyabilmek ve araştırma hipotezlerini test edebilmek amacıyla standardize edilmiş yol katsayıları ve t değerlerinden yararlanılmıştır. Tablo 5'de araştırma modelinde öngörülen ilişkilere ait bulgular gösterilmektedir.

**Tablo 5. Yol Analizi Sonuçları ve Hipotezler**

Hipotezler	Standardize Edilmiş Yol Katsayısı	t değeri	P	R <sup>2</sup>
H <sub>1</sub> : Tutum <--- Sosyal Statü	0,10	0,19	0,84	0,506
H <sub>2</sub> : Tutum <--- Düşük Fiyat	0,06	1,08	0,27	
H <sub>3</sub> : Tutum <--- Etik Bilinci	0,07	1,28	0,19	
H <sub>4</sub> : Tutum <--- Algılanan Risk	-0,19	-3,33	***	
H <sub>5</sub> : Tutum <--- Geçmiş Deneyim	0,61	8,51	***	
H <sub>6</sub> : Niyet <--- Geçmiş Deneyim	0,21	3,07	***	0,548
H <sub>7</sub> : Niyet <--- Tutum	0,58	7,58	***	

Tablo 5'de yer alan bulgulara göre, t değerleri sırası ile 0,19, 1,08 ve 1,28 olan ve  $p > 0,05$  değerlerine sahip H<sub>1</sub>, H<sub>2</sub>, H<sub>3</sub> hipotezleri reddedilmiştir. Sosyal statü, düşük fiyat ve etik bilinci değişkenlerinin taklit ürüne yönelik tutum üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Bireylerin taklit ürün satın alma ile ilgili geçmiş deneyimlerinin, taklit ürün alma tutum ve niyetleri üzerinde ve yine taklit ürün satın almaya yönelik tutumlarının da niyetleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu

görülmektedir. Bu nedenle H<sub>4</sub>, H<sub>5</sub>, H<sub>6</sub> ve H<sub>7</sub> hipotezlerinin desteklendiği görülmektedir. Tabloda görüldüğü üzere; sosyal statü, düşük fiyat, etik bilinci, algılanan risk ve geçmiş deneyim tutumun %50,6'sını (R<sup>2</sup>); geçmiş deneyim ve niyet faktörleri de niyetin %54,8'ini (R<sup>2</sup>) açıklamaktadır.

## Sonuç ve Değerlendirme

Tüketiciler arasında taklit ürün satın alma davranışının yaygınlaşması; üretici işletmeler, devlet kurumları, tasarımcılar ve sanatçılar, istihdam edilen iş görenler gibi birçok unsura darbe vurmaktadır. Küresel Fikri Mülkiyet Merkezi'nin (Global Intellectual Property Center-GIPC) 2016 yılı verilerine göre ekonomik boyut olarak küresel ticaretin yaklaşık olarak % 3,3'ünü oluşturan taklit ürün ticareti, ülkemizde ise 1.72 milyar dolarlık hacmiyle dünya genelinde 3. sırada yer almaktadır. Dolayısıyla, ülkemizdeki bireylerin taklit ürün kullanma niyetlerinin ve sergiledikleri davranışların nedenlerini ortaya koyabilmek, konunun tüm unsurları açısından son derece önem kazanmaktadır. Yapılan araştırma sonucunda, tutum-sosyal statü, tutum-düşük fiyat, tutum-etik bilinci ilişkisini irdeleyen hipotezler reddedilirken, tutum-algılanan risk, tutum-geçmiş deneyim, geçmiş deneyim-niyet ve tutum-niyet hipotezleri kabul edilmiştir.

Araştırmamızda sosyal statü-tutum ilişkisi ile ilgili H<sub>1</sub> hipotezi reddedilmiştir. Bireyler, çevreleri tarafından onaylanan ve göze çarpan ürünleri satın alarak, statülerini yükseltmeye çalışmakta ve saygınlık kazandıklarını düşünmektedirler (Eastman vd., 1999: 42). Yaptığımız araştırmada, katılımcıların sosyal statülerini yükseltmek için taklit ürün satın almaya yönelik tutum geliştirdikleri yönündeki hipotez daha önceki araştırmalara benzer şekilde (Chaudary vd., 2014; Bian vd., 2015) reddedilmiştir. İlgili literatüre bakıldığında, sosyal statü kavramının sosyal baskı ve kişisel ekonomik güç gibi faktörler ile birlikte değerlendirildiğinde daha anlamlı ve ayrıntılı değerlendirme yapılabileceği belirtilmiştir (Penz ve Stottinger, 2008; Wilcox 2009). Dolayısıyla araştırmamızda yer alan katılımcıların tutumları, çevreleri tarafından onaylanıp onaylanmamaları düşüncesi ya da sahip oldukları gelir seviyesine göre değişiklik gösterebilecektir.

Araştırmamız sonucunda, literatürde yer alan daha önceki çalışmaların aksine (Gentry vd., 2001; Wilcox vd., 2009; Wiedmann vd., 2012; Eisend vd., 2017) düşük fiyat faktörünün taklit ürün kullanımına yönelik tutum üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Araştırmada yer alan katılımcıların satın aldıkları ürünlerin fonksiyonel özelliklerine önem vermeleri, kalite kavramını ön planda tutmaları, taklit ürünlerin kullanım garantilerinin olmaması ve farklı ürün kategorilerini düşünmeleri bu sonucu doğrulmuş olabilir. Cesareo (2016), satın alınması düşünülen taklit ürün kategorilerine göre, bireylerin düşük fiyat konusunda tutumlarının ve niyetlerinin farklılıklar gösterebileceklerini belirtmiştir. Le Roux vd. (2016), taklit ürünler ile asıl ürünler arasında değer bilincine sahip bireylerin taklit ürün satın alma niyetine sahip olsalar da, düşük fiyat faktörünü göz ardı edebileceklerini ifade etmiştir. Dolayısıyla markaların, pazarlama iletişimlerinde sahip oldukları fonksiyonelliğe ve kalite boyutlarına vurgu yapmaları, taklit ürünlere göre çok daha yüksek fiyatlı olmalarına rağmen tercih edilmelerine neden olabilir.

Araştırmamızda, etik bilinci değişkeninin taklit ürünlere yönelik tutum üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Literatürde yer alan daha önceki çalışmalarda (Steenhaut ve Van Kenhove, 2006; Shoham vd., 2008; Kozar ve Marcketti, 2011; Park-Poaps ve Kang, 2018; Gültekin, 2108) bireylerin sahip oldukları etik bilinci ile taklit ürünlere yönelik tutum arasında anlamlı ve negatif bir ilişki olduğu ortaya koyulmuştur. Araştırmamızdaki katılımcılar, etik bilinç düzeylerine göre, taklit ürün satın alma tutumlarını değiştirmemektedirler. Hussain vd. (2017), İngiliz ve Pakistanlı bireylerin taklit ürün satın alma niyetlerini karşılaştırdığı çalışmasında, Pakistanlı bireylerin İngiliz bireylere göre taklit ürün satın alma noktasında daha düşük etik bilincine sahip olduğunu ifade etmiştir. Eğitim durumu, farkındalık düzeyi v.b. sebepler etik değerlerin etkisinin kaybolmasına neden olabilmektedir. Tüketicilerin konu ile ilgili tutumlarını etik dışı olarak kabul edebilmeleri için taklit ürün satın almanın etkilerinden haberdar olup farkındalıklarını artırmaları gerekmektedir. Gazete, TV, radyo, dergi, sosyal medya gibi iletişim araçları kullanılarak taklit ürün satın almanın devlete, üreticilere, ürünü kullanan tüketicilere, dağıtıcılara mevcut ve gelecek olası sonuçlarının yaratacağı olumsuz etkiler anlatılmalıdır.

Araştırma modelinde yer alan faktörlerden birisi olan algılanan riskin, "taklit ürün satın almaya yönelik tutumu negatif yönde etkilemektedir" hipotezi kabul edilmiştir. Algılanan risk, tüketicilerin satın alacakları ürünle ilgili belirsizlik ve olumsuz sonuçlarla ilgili algılarını ifade etmektedir (Dowling ve Staelin, 1994). Bu riskler finansal, psikolojik, performans güvenlik, yasal, zaman ve fırsat gibi boyutları içermektedir (Havlena ve DeSarbo, 1991). Dolayısıyla, araştırmamızda yer alan katılımcılar taklit ürünlere yönelik tutum geliştirirken; satın alacakları bu ürünlerin aslı kadar performans gösterip gösteremeyeceği, belirli bir süre sonra bozulma ihtimalinin olabileceği, belirli ürün grupları için yasal cezalarla karşılaşabilecekleri gibi belirsizlikler ve sorularla baş başa kalmaktadırlar. Bu belirsizlikler ve problemler, taklit ürünlere yönelik tutumlarını olumsuz olarak etkilemektedir. Dolayısıyla, konunun paydaşlarının kamu spotu reklamlarında taklit ürün satın alma ve kullanma ile ilgili yasal düzenlemelerden, cezai müeyyidelerden veya tüketici sağlığı ve güvenliğinden bahsetmeleri caydırıcı etkiyi artıracaktır.

Bireylerin geçmiş deneyimleri, özellikle tüketicilerin satın aldıkları ürün ve hizmetlerle ilgili yaşadıkları, daha sonra gerçekleştirecekleri satın alma karar süreçlerinde tutumlarını ve niyetlerini de etkilemektedir. Araştırmanın geçmiş deneyim-taklit ürünlere yönelik tutum ve geçmiş deneyim-taklit ürünlere yönelik niyet ilişkisini ortaya koyan H<sub>5</sub> ve H<sub>6</sub> hipotezleri kabul edilmiştir. Araştırmanın katılımcıları, daha önceden satın aldıkları taklit ürünlerden fonksiyonel veya sembolik fayda sağlamaları halinde, literatürde yer alan daha önceki çalışmalara paralel şekilde (Wang vd., 2005; Swami vd., 2009; Yoo ve Lee, 2009) taklit ürünlere yönelik tutum ve niyetlerini pekiştirmektedirler.

Tüketici davranışı alanında yapılan araştırmalarda sıklıkla, tüketicilerin tutum ve niyetlerini ortaya koyabilmek için sosyo psikolojik temelli olan planlı davranış teorisi, teknoloji kabul modeli gibi yaklaşımlar kullanılmaktadır. Araştırmanın son hipotezi olan H<sub>7</sub> "taklit ürünlere yönelik tutumun, taklit ürünlere yönelik satın alma niyetini etkilediğine" dair hipotez kabul edilmiştir. Bireylerin sahip oldukları taklit ürünlere yönelik tutumları, taklit ürünlere yönelik satın alma niyetlerini anlamlı derecede etkilemektedir.

Literatüre ve uygulamacılara katkı sağlamanın yanında araştırmının bazı kısıtları bulunmaktadır. Öncelikle araştırma kapsamında elde edilen veriler kolayda örnekleme yöntemiyle toplandığı için elde edilen sonuçların genelleme yapılarak değerlendirilmesi mümkün değildir. Zaman ve maliyet bakımından daha fazla sayıda tüketiciye ulaşamaması da araştırmanın ikinci kısıtını oluşturmaktadır. İleride yapılacak benzer çalışmalarda, bireylerin taklit ürünleri satın alma niyeti üzerinde etkisi olduğu düşünülen farklı faktörler (algılanan değer, sübjektif norm, marka bilinci v.b.) belirli ürün kategorileri ve farklı örnekleme grupları ile çalışmalar yapılması literatüre katkı sağlama açısından ve farklılıkların ortaya konulması için önemlidir.

### Kaynakça

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I., ve Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Albers-Miller, N. D. (1999). Consumer misbehavior: why people buy illicit goods. *Journal of Consumer Marketing*, 16(3), 273-287.
- Ang, S. H., Cheng, P. S., Lim, E. A. ve Tambyah, S. K. (2001). Spot the difference: consumer responses towards counterfeits. *Journal of Consumer Marketing*, 18(3), 219-233.
- Bagozzi, R., Gurhan-Canli, Z., ve Priester, J. (2002). *The social psychology of consumer behaviour*. McGraw-Hill Education (UK).
- Bamossoy, G., ve Scammon, D. L. (1985). Product counterfeiting: consumers and manufacturers beware. *ACR North American Advances*, 12(1).
- Bentler, P. M., ve Speckart, G. (1979). Models of attitude-behavior relations. *Psychological Review*, 86(5), 452-464.
- Bian, X. (2006). *An examination of factors influencing the formation of the consideration set and consumer purchase intention in the context of non-deceptive counterfeiting*. University of Glasgow.
- Bian, X., Haque, S., ve Smith, A. (2015). Social power, product conspicuousness, and the demand for luxury brand counterfeit products. *British Journal of Social Psychology*, 54(1), 37-54.
- Bian, X., ve Moutinho, L. (2009). An investigation of determinants of counterfeit purchase consideration. *Journal of Business Research*, 62(3), 368-378.
- Bian, X., ve Veloutsou, C. (2017). Consumers' attitudes regarding non-deceptive counterfeit brands in the UK and China. *Advances in Chinese Brand Management*, Springer, 331-350.
- Bloch, P. H., Bush, R. F., ve Campbell, L. (1993). Consumer "accomplices" in product counterfeiting: a demand side investigation. *Journal of Consumer Marketing*, 10(4), 27-36.
- Bush, R. F., Bloch, P. H., ve Dawson, S. (1989). Remedies for product counterfeiting. *Business Horizons*, 32(1), 59-66.
- Cesareo, L. (2016). *Counterfeiting and Piracy, a Comprehensive Literature Review*. New York, NY.: Springer.
- Chakraborty, G., Allred, A. T., ve Bristol, T. (1996). Exploring consumers' evaluations of counterfeits: The roles of country of origin and ethnocentrism. *ACR North American Advances*.

- Chaudary, M. W. T., Ahmed, F., Gill, M. S., ve Rizwan, M. (2014). The determinants of purchase intention of consumers towards counterfeit shoes in Pakistan. *Journal of Public Administration and Governance*, 4(3), 20-38.
- Chaudhry, P. E., & Zimmerman, A. (2009). *The economics of counterfeit trade: Governments, consumers, pirates and intellectual property rights*. Springer Science & Business Media.
- Chaudhry, P., Cordell, V., ve Zimmermann, A. (2005). Modelling anti-counterfeiting strategies in response to protecting intellectual property rights in a global environment. *The Marketing Review*, 5(1), 59-72.
- Cheng, S.-I., Fu, H.-H., ve Tu, L. T. C. (2011). Examining customer purchase intentions for counterfeit products based on a modified theory of planned behavior. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(10), 278-284.
- Chuchinprakarn, S. (2003). Consumption of counterfeit goods in Thailand: who are the patrons? *ACR European Advances*.
- Clunas, C. (2004). *Superfluous things: material culture and social status in early modern China*: University of Hawaii Press.
- Çokluk, Ö., Şekerçioğlu, G., ve Büyüköztürk, Ş. (2016). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları* (Baskı Ed.). Ankara.
- Coleman, R. P. (1983). The continuing significance of social class to marketing. *Journal of Consumer Research*, 10(3), 265-280.
- Commission, E. (2018). *Commission Staff Working Document: Counterfeit And Piracy Watch List*. Retrieved from Brussels:
- Conner, M., ve Armitage, C. J. (1998). Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(15), 1429-1464.
- Cordell, V. V., Wongtada, N., ve Kieschnick Jr, R. L. (1996). Counterfeit purchase intentions: role of lawfulness attitudes and product traits as determinants. *Journal of Business Research*, 35(1), 41-53.
- De Matos, C. A., Ituassu, C. T., ve Rossi, C. A. V. (2007). Consumer attitudes toward counterfeits: a review and extension. *Journal of Consumer Marketing*, 24, 36-47.
- Delgado Ballester, E., ve Luis Munuera-Alemán, J. (2005). Does brand trust matter to brand equity? *Journal of Product & Brand Management*, 14(3), 187-196.
- Dodge, H. R., Edwards, E. A., ve Fullerton, S. (1996). Consumer transgressions in the marketplace: consumers' perspectives. *Psychology & Marketing*, 13(8), 821-835.
- Dowling, G. R., ve Staelin, R. (1994). A model of perceived risk and intended risk-handling activity. *Journal of Consumer Research*, 21(1), 119-134.
- Eagly, A. H., ve Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Eastman, J. K., Fredenberger, B., Campbell, D., ve Calvert, S. (1997). The relationship between status consumption and materialism: A cross-cultural comparison of Chinese, Mexican, and American student. *Journal of marketing theory and practice*, 5(1), 52-66.
- Eastman, J. K., Goldsmith, R. E., ve Flynn, L. R. (1999). Status consumption in consumer behavior: Scale Development and Validation. *Journal of marketing theory and practice*, 7(3), 41-52.
- Eisend, M., Hartmann, P., ve Apaolaza, V. (2017). Who buys counterfeit luxury brands? A meta-analytic synthesis of consumers in developing and developed markets. *Journal of International Marketing*, 25(4), 89-111.
- Gentry, J. W., Putrevu, S., II, C. S., ve Commuri, S. (2001). How now Ralph Lauren? The separation of brand and product in a counterfeit culture. *ACR North American Advances*, 28, 258-265.
- Gentry, J. W., Putrevu, S., ve Shultz, C. J. (2006). The effects of counterfeiting on consumer search. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 5(3), 245-256.
- Gino, F., Norton, M. I., ve Ariely, D. (2010). The counterfeit self: The deceptive costs of faking it. *Psychological Science*, 21(5), 712-720.
- Gistri, G., Romani, S., Pace, S., Gabrielli, V., ve Grappi, S. (2009). Consumption practices of counterfeit luxury goods in the Italian context. *Journal of Brand Management*, 16(5-6), 364-374.
- Glass, B. D. (2014). Counterfeit drugs and medical devices in developing countries. *Research and Reports in Tropical Medicine*, 2014, 11-22.



- Grønhaug, K., ve Trapp, P. S. (1988). Perceived social class appeals of branded goods and services. *Journal of Services Marketing*, 2(3), 71-76.
- Grossman, G. M., ve Shapiro, C. (1986). Counterfeit-product trade. In: National Bureau of Economic Research Cambridge, Mass., USA.
- Grossman, G. M., ve Shapiro, C. (1988). Foreign counterfeiting of status goods. *The Quarterly Journal of Economics*, 103(1), 79-100.
- Gültekin, B (2018). Influence of the love of money and morality on intention to purchase counterfeit apparel, *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 46 (9), 1421-1436.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., ve Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (Seventh Edition ed. Vol. 5). NewYork: Prentice Hall.
- Hanzaee, K. H., ve Taghipourian, M. J. (2012). Attitudes toward counterfeit products and generation differentia. *Research Journal of Applied Sciences*, 4, 1147-1154.
- Haque, A., Khatibi, A., ve Rahman, S. (2009). Factors influencing buying behavior of piracy products and its impact to Malaysian market. *International Review of Business Research Papers*, 5(2), 383-401.
- Harvey, M. G., ve Ronkainen, I. A. (1985). International counterfeiters-marketing success without the cost and the risk. *Columbia Journal of World Business*, 20(3), 37-45.
- Harvey, P. J., ve Walls, W. D. (2003). Laboratory markets in counterfeit goods: Hong Kong versus Las Vegas. *Applied Economics Letters*, 10(14), 883-887.
- Havlena, W. J., ve DeSarbo, W. S. (1991). On the measurement of perceived consumer risk. *Decision Sciences*, 22(4), 927-939.
- Hidayat, A., ve Diwasasri, A. H. A. (2013). Factors influencing attitudes and intention to purchase counterfeit luxury brands among Indonesian consumers. *International Journal of Marketing Studies*, 5(4), 143-151.
- Hopkins, D. M., Kontnik, L. T., ve Turnage, M. T. (2003). *Counterfeiting exposed: Protecting your brand and customers*: J. Wiley & Sons.
- Huang, J.-H., Lee, B. C., ve Hsun Ho, S. (2004). Consumer attitude toward gray market goods. *International Marketing Review*, 21(6), 598-614.
- Hussain, A., Kofinas, A., ve Win, S. (2017). Intention to purchase counterfeit luxury products: A comparative study between Pakistani and the UK consumers. *Journal of International Consumer Marketing*, 29(5), 331-346.
- ICC. (2015). *Roles and Responsibilities of Intermediaries: Fighting Counterfeiting and Piracy in The Supply Chain*. Retrieved from <https://iccwbo.org/publication/roles-responsibilities-intermediaries/>
- Kay, H. (1990). Fake's progress. *Management Today*, 54, 54-59.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (T. Edition Ed.). London: Guilford publications.
- Kozar, J. M., ve Marcketti, S. B. (2011). Examining ethics and materialism with purchase of counterfeits. *Social Responsibility Journal*, 7(3), 393-404.
- Lai, K. K.-Y., ve Zaichkowsky, J. L. (1999). Brand imitation: do the Chinese have different views? *Asia Pacific Journal of Management*, 16(2), 179-192.
- Lassar, W., Mittal, B., ve Sharma, A. (1995). Measuring customer-based brand equity. *Journal of Consumer Marketing*, 12(4), 11-19.
- Le Roux, A., Bobrie, F., ve Thébaud, M. (2016). A typology of brand counterfeiting and imitation based on a semiotic approach. *Journal of Business Research*, 69(1), 349-356.
- Lysonski, S., ve Durvasula, S. (2008). Digital piracy of MP3s: consumer and ethical predispositions. *Journal of Consumer Marketing*, 25(3), 167-178.
- Maldonado, C., ve Hume, E. C. (2005). Attitudes toward counterfeit products: An ethical perspective. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 8(1/2), 105.
- Mason, R. S. (1980). *Conspicuous consumption: A study of exceptional consumer behaviour*. Salford: University of Salford.

- McDonald, G., ve Roberts, C. (1994). Product piracy: The problem that will not go away. *Journal of Product & Brand Management*, 3(4), 55-65.
- Mohamed, K. (2012). *Trademark counterfeiting: comparative legal analysis on enforcement within Malaysia and the United Kingdom and at their borders* (Doctoral dissertation, Newcastle University).
- Muncy, J. A., ve Vitell, S. J. (1992). Consumer ethics: An investigation of the ethical beliefs of the final consumer. *Journal of Business Research*, 24(4), 297-311.
- Nash, T. (1989). Only imitation? The rising cost of counterfeiting. *Director*, 5.
- Nakip, M. (2003). Pazarlama Araştırmaları: Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar, Ankara: Seçkin Yayıncılık. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*.
- Nia, A., ve Zaichkowsky, J. L. (2000). Do counterfeits devalue the ownership of luxury brands? *Journal of Product & Brand Management*, 9(7), 485-497.
- OECD, ve EUIPO. (2016). *Trade in Counterfeit and Pirated Goods: Mapping the Economic Impact*.
- OECD, ve EUIPO. (2019). *Trends in Trade in Counterfeit and Pirated Goods*.
- Park-Poaps, H., ve Kang, J. (2018). An experiment on non-luxury fashion counterfeit purchase: The effects of brand reputation, fashion attributes, and attitudes toward counterfeiting. *Journal of Brand Management*, 25(2), 185-196.
- Penz, Elfriede, and Barbara Stöttinger (2005), Forget the "Real" Thing—Take the Copy! An Explanatory Model for the Volitional Purchase of Counterfeit Products, *Advances in Consumer Research* 32, 568-575.
- Penz, E. and Stottinger, B. (2008), Original brands and counterfeit brands-do they have anything in common?, *Journal of Consumer Behaviour*, Vol. 7, pp. 146-63.
- Phau, I., Prendergast, G., ve Hing Chuen, L. (2001). Profiling brand-piracy-prone consumers: an exploratory study in Hong Kong's clothing industry. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 5(1), 45-55.
- Phau, I., ve Teah, M. (2009). Devil wears (counterfeit) Prada: a study of antecedents and outcomes of attitudes towards counterfeits of luxury brands. *Journal of Consumer Marketing*, 26(1), 15-27.
- Prendergast, G., Hing Chuen, L., ve Phau, I. (2002). Understanding consumer demand for non-deceptive pirated brands. *Marketing Intelligence & Planning*, 20(7), 405-416.
- Punch, K. F., & Etöz, Z. (2005). *Sosyal araştırmalara giriş: nicel ve nitel yaklaşımlar*. Siyasal Kitabevi.
- Quoquab, F., Pahlevan, S., Mohammad, J., ve Thurasamy, R. (2017). Factors affecting consumers' intention to purchase counterfeit product: empirical study in the Malaysian market. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 29(4), 837-853.
- Rizwan, M., Khan, H., Saeed, A., Muzaffar, A., Arshad, U., ve Hussain, M. (2012). Antecedents of Purchase Intention A Study From Pakistan. *Journal of Business and Management*, 23(4), 58-66.
- Santos, J. F., ve Ribeiro, J. C. (2007). International counterfeiting in the European Union: a host country approach. *Journal of Euromarketing*, 16(1-2), 165-176.
- Schiffman, L. G., ve Kanuk, L. L. (1997). *Consumer behavior, Motivation research (Marketing)*. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.
- Scitovsky, T. (1992). *The joyless economy: The psychology of human satisfaction*: Oxford University Press on Demand.
- Shaw, D., ve Shiu, E. (2002). The role of ethical obligation and self-identity in ethical consumer choice. *International Journal of Consumer Studies*, 26(2), 109-116.
- Shoham, A., Ruvio, A., ve Davidow, M. (2008). (Un) ethical consumer behavior: Robin Hoods or plain hoods? *Journal of Consumer Marketing*, 25(4), 200-210.
- Sorokin, P. A. (1959). *Social and cultural mobility*. New York, 4.
- Staake, T., ve Fleisch, E. (2008). *Countering counterfeit trade: Illicit market insights, best-practice strategies, and management toolbox*: Springer Science & Business Media.
- Staake, T., Thiesse, F., ve Fleisch, E. (2009). The emergence of counterfeit trade: a literature review. *European Journal of Marketing*, 43(3/4), 320-349.

- Steenhaut, S., ve Van Kenhove, P. (2006). An empirical investigation of the relationships among a consumer's personal values, ethical ideology and ethical beliefs. *Journal of Business Ethics*, 64(2), 137-155.
- Swami, V., Chamorro-Premuzic, T., ve Furnham, A. (2009). Faking it: Personality and individual difference predictors of willingness to buy counterfeit goods. *The Journal of Socio-Economics*, 38(5), 820-825.
- Sweeney, J. F., Greenberg, S. D., ve Bitler, M. H. (1994). Heading Them off at the Pass-Can Counterfeit Goods of Foreign Origin Be Stopped at the Counterfeiter's Border. *Trademark Rep.*, 84, 477.
- Tan, B. (2002). Understanding consumer ethical decision making with respect to purchase of pirated software. *Journal of Consumer Marketing*, 19(2), 96-111.
- Tom, G., Garibaldi, B., Zeng, Y., ve Pilcher, J. (1998). Consumer demand for counterfeit goods. *Psychology & Marketing*, 15(5), 405-421.
- Vida, I. (2007). Determinants of consumer willingness to purchase non-deceptive counterfeit products and the European Union. *Managing global transitions*, 5(3), 253.
- Wang, F., Zhang, H., Zang, H., ve Ouyang, M. (2005). Purchasing pirated software: an initial examination of Chinese consumers. *Journal of Consumer Marketing*, 22(6), 340-351.
- Wee, C.-H., Ta, S.-J., ve Cheok, K.-H. (1995). Non-price determinants of intention to purchase counterfeit goods: An exploratory study. *International Marketing Review*, 12(6), 19-46.
- Wiedmann, K.-P., Hennigs, N., ve Klarmann, C. (2012). Luxury consumption in the trade-off between genuine and counterfeit goods: what are the consumers' underlying motives and value-based drivers? *Journal of Brand Management*, 19(7), 544-566.
- Wilcox, K., Kim, H. M., ve Sen, S. (2009). Why do consumers buy counterfeit luxury brands? *Journal of Marketing Research*, 46(2), 247-259.
- Wilke, R., ve Zaichkowsky, J. L. (1999). Brand imitation and its effects on innovation, competition, and brand equity. *Business Horizons*, 42(6), 9-18.
- WTO. (2019). *Statistics on Merchandise Trade*. Retrieved from [www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/merch\\_trade\\_stat\\_e.htm](http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/merch_trade_stat_e.htm).
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: Keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, 74-85.
- Yıldız, Salih ve Avcı, İbrahim (2019), Tüketici Temelli Marka Değerinin Taklit Markalı Ürün Algısı Üzerindeki Etkisi, *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(17), 189-214.
- Yoo, B., ve Lee, S.H. (2009). Buy genuine luxury fashion products or counterfeits? *ACR North American Advances*, 6, 280-286.

## Extended Abstract

### Aim and Scope

This study aims to investigate the factors that affect consumer attitudes and intentions to purchase counterfeit products in Turkey and to put forward their perspectives on counterfeit products.

### Methods

The questionnaire form applied to individuals living in Uşak, Balıkesir, Kütahya, and Kırklareli by face-to-face surveys. In this context, data collected from a total of 358 individuals between the date of 15.07.2019-30.11.2019. Due to the problems arising from answers and missing data, 38 questionnaires excluded from the data set, and the remaining 320 data analyzed. When the size of the population that is formed by individuals older than 18 years old living in Turkey evaluated, it considered that it would be appropriate to use the sampling method easily in collecting the data obtained within the scope of the research. After the obtained data set to be analyzed, the data set was analyzed using Amos 23.0 and SPSS 21.0 package programs.

### Findings

Four of the seven hypotheses are supported. The results show that individuals' past experiences of counterfeit products have a significant effect on their attitudes and intentions towards purchasing counterfeit products. Also, the perceived risk

factor of individuals has a significant role in their attitudes towards purchasing counterfeit products. Finally, the attitude of individuals towards purchasing counterfeit products has a significant role in their intentions to exhibit the behavior.

### **Conclusion**

The spread of counterfeit purchasing behavior among consumers harms all parties such as producers, entrepreneurs, government agencies, designers, artists, and employers. Therefore, it is crucial to reveal the reasons for individuals' intention to use counterfeit products, especially in our country. Surprisingly, the low-price factor has no significant effect on attitude towards counterfeit products in our research. This finding may have resulted from the fact that the participants in the research might give importance to the functional properties of the products they purchase, prioritize the concept of quality, regard the fact of the lack of guarantee of counterfeit products. So, brand owners have to emphasize the functionality and quality dimensions of their products in their marketing communications. In this way, consumers may prefer the originals, although they priced much higher than counterfeit products. In our study, participants do not change their attitudes towards purchasing counterfeit products according to their ethical awareness level. By increasing the awareness and education levels of especially university students' about counterfeit products with the lessons and programs of consumer ethics at schools, the negative relationship between ethics and attitude and intention on counterfeit products might appear as we all wish. Also, the social status factor has no significant effect on attitude to purchase counterfeit products. However, the perceived risk factor includes dimensions such as financial, psychological, performance security, legal, time, and opportunity; it has a significant effect on the attitude of consumers. That is why the stakeholders of the issue should send messages about legal regulations, criminal sanctions, or consumer's health and safety-related to the purchase and use of counterfeit products in public spot advertisements. The past experiences of individuals also affect their attitudes and intentions in the purchasing decision processes that consumers will experience concerning the products and services they purchase. This result means that participants of the study reinforce their attitudes and intentions towards counterfeit products if they obtain functional or symbolic benefits from counterfeit products they have previously purchased. Last, as we have seen in the previous studies, the attitudes of individuals towards counterfeit products affect their intentions too.

Since the data of the research has obtained by a convenience sampling method, it is not possible to evaluate the results obtained by generalization. The second limitation of the research is the lack of access to more consumers in terms of time and cost. In the future, the related studies consider factors (perceived value, subjective norm, brand awareness, etc.) that affect individuals' intention to purchase counterfeit products are essential in terms of providing new insight to the literature and revealing differences.

# Kayabaşı Doğal Köprüsü (Ulus-Bartın)<sup>1</sup>

## Kayabaşı Natural Bridge (Ulus-Bartın)

Faruk Aylar<sup>2</sup>, Halil İbrahim Zeybek<sup>3</sup>, Hasan Dinçer<sup>4</sup>

### Öz

Doğal köprüler, kalker, traverten ve kumtaşı gibi farklı kayaç özelliklerine sahip alanlarda gelişebilen önemli morfolojik birimler arasında yer alır. Doğal köprü oluşumunda farklı faktör ve süreçler rol oynayabilmektedir. Nitekim yaygın olarak yeraltı tünelleri veya mağaraların tavan kısmının çökmesi veya kırıklı ve çatlaklı kireçtaşlarının bulunduğu sahalarda akarsuyun çeşitli sebeplere bağlı olarak yeraltına intikali bu morfolojik birimin oluşumunu sağlamaktadır. Yine vadi tabanının dar olduğu akarsularda yamaçtan iri blokların kopup aşağı sürüklenmesiyle, menderesli akış gösteren akarsuların mendereslerin oluşturduğu mağaraların birleşmesiyle ve travertenlerin vadiyi kaplaması sonucu da doğal köprüler oluşabilmektedir. Türkiye’de şu ana kadar yapılan çalışmalarda traverten oluşumuna bağlı doğal mağaraların daha yaygın olduğu görülmektedir. Bu çalışmaya konu olan Kayabaşı doğal köprüsü ise kırıklı ve çatlaklı bir yapı gösteren kireçtaşları içerisinde akarsuyun yeraltına intikali ile oluşmuştur. Toplam uzunluğu 58,60 m olan doğal köprünün girişinde farklı büyüklükte 3 mağara bulunmakta olup, doğal köprünün altındaki ana salonda sarkıt, diki ve sütun gibi karstlaşmaya ait farklı damlatışı şekilleri bulunmaktadır. Kayabaşı doğal köprüsü koruma altında olmayıp, giriş kısmına köylülerin çöp ve moloz dökmeleri sonucu çirkin bir görüntü oluşmuştur. Doğal köprünün koruma altına alınıp, Ulus ilçesinin sahip olduğu diğer doğal ve kültürel varlıklarla birlikte buranın da devreye sokulması ve destinasyon planlamalarına dahil edilmesi önem taşımaktadır. Nitekim Kayabaşı doğal köprüsü ve yakın çevresi kamping, piknik, bisiklet, doğa yürüyüşü ve dinlenme faaliyetleri gibi birçok rekreasyonel aktivitenin yapılabileceği doğal bir alandır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Ulus ilçesi, Doğal köprü, Mağara, Traverten.

### Abstract

Natural bridges are among the important morphological units developed in the areas with the limestone, travertine and sandstone features. In the formation of the natural bridges, different factors and processes play an important role. The underground tunnels or the collation of the roof of the caves or the leaking of rivers to the underground through cracks in the limestones may play role for the formation of this morphological units. The natural bridges can also occur when big blocks break off from the slopes of the rivers where the bottom of the valley is narrow, the caves formed by meanders combine with each other or travertines cover the valley. It is seen that most of the natural bridges in Turkey occur because of the accumulation of the travertines. The Kayabaşı natural bridge occur as the river water leaks through the cracks in the limestones to the underground. The length of the bridge is 58,60 m and there are three caves with different dimensions at the entrance of the bridge and there are stalactites, stalagmites and columns in the main saloon of the natural bridge. The bridge is not under protection as the villagers throw away their garbage there and it has a very ugly view. The bridge should be taken under protection and added to the natural and cultural values of Ulus town. It is also added to the destination plans of Ulus. The Kayabaşı natural bridge and its environment is a natural area where people can have recreational activities such as camping, picnic, riding bicycle, tracking, hiking and resting.

**Keywords:** Tourism, Ulus District, Natural bridge, Cave, Travertine.

### Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 22 / 12 / 2019

Accepted: 25 / 01 / 2020

<sup>1</sup> Bu çalışma Amasya Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Projeleri Koordinatörlüğü tarafından SEB-BAP 19-0201 nolu proje olarak desteklenmiştir

<sup>2</sup> Amasya Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü, farukaylar@gmail.com ORCID ID: 0000-0003-4439-9079

<sup>3</sup> Ondokuzmayıs Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, zeybekhi@gmail.com ODCID ID: 0000-0002-4097-9079

<sup>4</sup> Ondokuzmayıs Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, hasan.dincer@omu.edu.tr ODCID ID: 0000-0001-5015-3142

## Giriş

Doğal köprüler, kalker, traverten ve kumtaşı gibi farklı kayaç özelliklerine sahip alanlarda gelişebilen önemli morfolojik birimler arasında yer alır. Kayalık alanlarda, dağ geçitlerinde veya vadi aralarında doğal köprüler oluşabilmektedir. Akarsu aşındırması sonucunda oluşan doğal köprülerin, diğer litolojik birimlerden ziyade karst sahalarında daha yaygın olduğu görülür (Jennings, 1971:102; Zeybek, 2004:218; Zeybek vd. 2015:559; Doğan 2015:415). Şekil ve oluşum biçimleri bakımından çok fazla çeşitlilik gösteren doğal köprüler, genel olarak akarsuların vadilerinin bir yerinde yeraltına girerek bir süre akış gösterip sonra tekrardan yerüstündeki vadilerinde akışlarına devam etmesini sağlayan morfolojik birimlerdir.

Doğal köprüler farklı yollarla gelişebilmekte olup ve en yaygın oluşum şekillerinden birini yeraltı tüneli veya mağara tavanının bir kısmının çökmesi oluşturmaktadır. Yeraltı tünellerinin ve mağaraların zaman içerisinde genişlemesi ile üstlerindeki yapının aşınması veya yerçekiminin etkisi sonucu tavan kısımlarının bir bölümü çökmekte bir bölümü ise varlığını sürdürerek doğal köprü olarak kalmaktadır (Cleland, 1910:315; Jennings, 1971:102; Williams, 2002:102; Gunn, 2004: 207; Ford ve Williams, 2007:360; Manning, 2009:68; Oard, 2009:117; Huggett, 2011: 415; Doğan, 2015:415).

Doğal köprülerin oluşumunda görülen olaylardan birisi de kırıklı ve çatlaklı bir yapıya sahip, kireçtaşlarından oluşan arazide akış gösteren akarsuların oluşturduğu doğal köprülerdir. Böyle bir arazide akarsu yatağındaki çatlak ve kırıkları daha dirençsiz oldukları için aşındırmaya başlar. Akarsudaki mevsimlik akış rejimi değişikliğine bağlı olarak beslenmenin az olduğu dönemde yataktaki su bu kırık ve çatlaklardan sızarak ana yatağın altında su akışının sağlandığı bir boşluk oluşturmaya başlar. İlerleyen süreçte bu yeraltında oluşan boşlukta akmaya başlayan su, akarsuyun küçük bir kısmını barındırabilecek genişliğe ulaşmaktadır. Bu sürecin devam etmesiyle akarsuyun taşıdığı su miktarının azaldığı dönemde taşınan suyun tamamı eski yatağın altından geçen ve yeraltında oluşan bu boşlukta akmaya başlar ve boşluğun daha da büyümesini sağlar. Sürecin sonunda oluşan bu yeraltı boşluğunun akarsuyun eski yatağının alt kısmını kesmesiyle sular tekrar yeryüzüne çıkarak yatak içerisindeki akışına devam etmektedir (Cleland, 1910:316).

Akarsu vadilerinde doğal köprü oluşumuna neden olan olaylardan bir diğeri ise akarsu yataklarında oluşan "pot-hole" adı verilen yatak çukurlarının zamanla genişlemesidir. Hızlı akışlı ve vadi tabanlarının dar olduğu akarsuların taşıdıkları su miktarın arttığı dönemde hem taşıdıkları suyun gücü hem de beraberinde taşıdıkları yükün akışı sırasında vadi tabanında yatak çukuru (pot-hole) adı verilen birtakım yuvarlak çukurlukların oluşmasına neden olmaktadır. Zaman içerisinde genişleyen ve derinleşen bu yatak çukurlarının alt kısmındaki duvarların ortadan kalkmasıyla akarsu bu şekilde açılan boşluktan akarak akışını sürdürmektedir. Akarsu vadi tabanının dar olduğu dağlık ve engebeli arazilere sahip yerlerde doğal köprüler bazen vadinin üst kesiminden kopan ve yamaçtan aşağıya sürüklenerek vadiye giren büyük bir kaya blokundan veya yamaçtaki ana kayanın ayrılması ile büyük bir kütleli diğer yamaca yaslanması ile de oluşabilmektedir. Yerçekimine bağlı olarak vadi yamacından ayrılan bir bloğun diğer yamaca yaslanması ile oluşturulan sıra dışı bu tarz doğal köprülerde, ayrılmanın meydana geldiği çatlak enkazla doldurulduğunda kullanılabilir bir köprü görünümü ortaya çıkmaktadır. Menderesli bir vadi içerisinde akış gösteren akarsular da doğal köprü oluşturabilmektedir. Bu tür vadilerin bulunduğu alanlarda menderesin bir veya her iki yanında bulunan menderes mağaralarının zamanla gelişerek aralarındaki kireçtaşı sırtını yarıdıkları yerlerde de doğal köprüler oluşabilmektedir (Cleland, 1910: 320; Jennings, 1971:102; Strahler, 2011:512; Doğan, 2015:415).

Karstik arazilerde traverten oluşumuna bağlı olarak da doğal köprüler oluşabilmektedir. Bu doğal köprülerin oluşumunda vadi yamacında bulunan büyük kaynakların buharlaşma veya karbondioksit kaybına bağlı olarak içinde bulundurduğu kalsiti biriktirmesi etkilidir. Uzun bir zamanı kapsayan bu sürecin devamıyla kaynakların çıktığı akarsu vadi yamacında traverten oluşumu gelişir ve büyür. Traverten oluşumunun süreç içerisinde akarsuyun karşı yamacına ulaşması ile doğal köprü oluşumu gerçekleşmiş olur (Cleland, 1910: 320; Jennings, 1971:102; Jennings ve diğ., 1976:239; Bayarı, 2002:581; Williams, 2003:221; Huggett, 2011: 415; Doğan, 2015:415).

Görüleceği üzere yeryüzünde farklı oluşum mekanizmalara bağlı olarak doğal köprüler meydana gelebilmektedir. Ancak doğal köprülerin daha yaygın görüldüğü karstik alanlarda bu morfolojik birimlerin oluşumunu sağlayan üç mekanizmanın öne çıktığı görülür. Bunlardan ilki bir akarsuyun çok dar bir kireçtaşı bandını içinden kesmesi ve burada akışını sürdürerek zaman içinde doğal köprü oluşumunun gerçekleşmesidir. İkincisi, mağara tavanlarının bir kısmının çökerken, bir kısmının varlığını korumasıdır. Son olarak doğal köprü oluşumunda akarsu aşındırması sırasındaki kapma olayları etkili olmaktadır. Özellikle menderesli akış gösteren akarsularda, menderesin bir veya her iki yanında bulunan menderes mağaralarının zamanla gelişerek aralarındaki kireçtaşı sırtını yarıdıkları yerlerde de doğal köprüler oluşabilmektedir (Jennings, 1971:102; Doğan 2015:415).

Türkiye'de doğal köprüler ile ilgili çalışmaların oldukça sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Doğal köprüler ile ilgili Bayarı (2002), Zeybek (2004), Polat (2011), Zeybek ve diğ. (2015) yaptıkları çalışmalarda farklı yörelerde bulunan doğal köprülerin morfolojik özellikleri ve oluşumları hakkında bilgiler verilmiştir. Türkiye'de sayıları oldukça kısıtlı sayıda olan doğal köprü literatürüne katkı sağlayacağı düşünülen bu çalışma ile Bartın ili Ulus ilçesi Kayabaşı köyü sınırları içerisinde

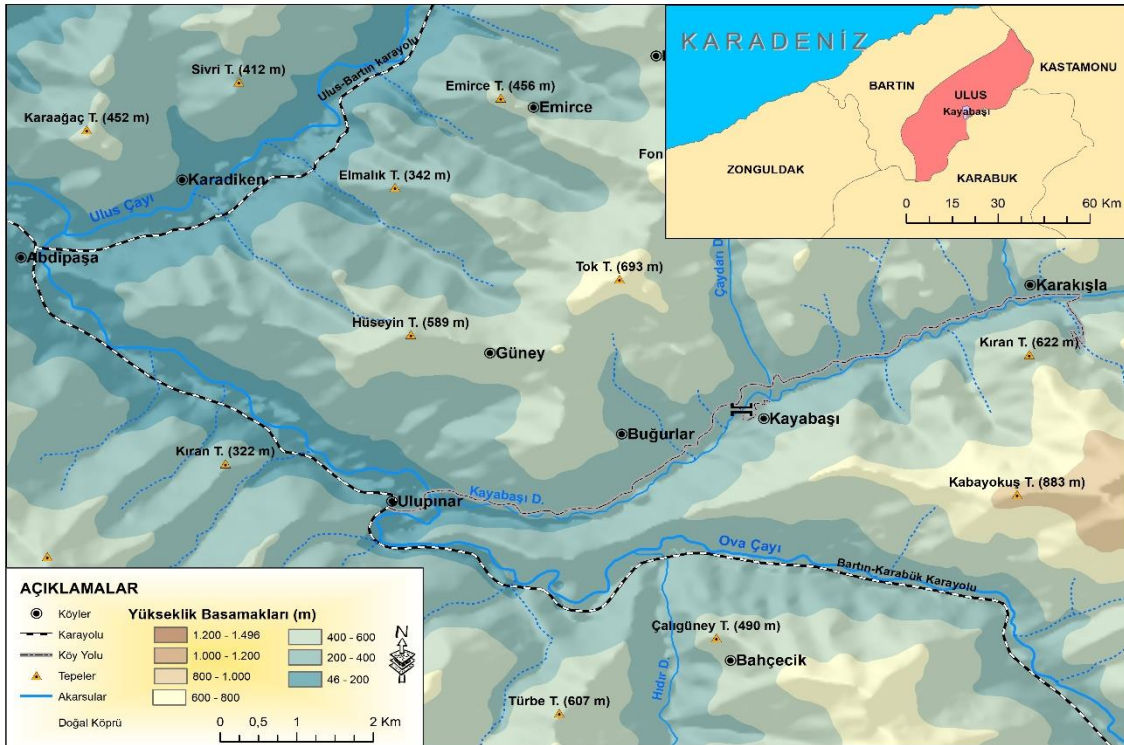
bulunan doğal köprünün oluşum ve morfolojik özelliklerinin açıklanması, doğal köprünün korunması ve sürdürülebilir kullanımı için yapılabilecek çalışmaların tartışılması hedeflenmiştir.

## 1. Yöntem ve Malzeme

Bu çalışma hazırlanırken arazi çalışmaları sırasında doğal köprü ve altındaki akarsu yatağı ile doğal köprü içerisinde ve çevresinde gelişmiş mağaraların yeri, metrik ve morfolojik özellikleri tespit edilmiştir. Arazi çalışmaları sırasında koordinat ve yükseklik ölçümleri GPS cihazı ile yapılmıştır. Doğal köprünün yükseklik ve genişlik ölçümleri ile mağara salonlarının uzunluk, genişlik ve tavan yükseklik ölçümleri lazer metre ile yapılmıştır. Doğal köprünün fotoğraflanması sırasında havadan görüntü alabilmek amacıyla ise drone kullanılmıştır. Büro çalışmaları sırasında araziden ve literatürden derlenen bilgiler Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS) yöntemleri kullanılarak haritalanmıştır. CBS analizleri sırasında 15 m yerel çözünürlüğe sahip ASTER uydu görüntülerinden 3D analiz yöntemi kullanılarak doğal köprü ve yakın çevresinin Sayısal Yükseklik Modeli haritası (DEM) üretilmiştir. Ayrıca 1/25.000 ölçekli topoğrafya haritalarının Zonguldak: E29d3-E29d4-F29a1-F29a2 numaralı paftaları ile 1/100.000 ölçekli topoğrafya haritalarından Zonguldak: E29-E30 numaralı paftalarından yararlanılmıştır. İnceleme sahasının jeoloji haritası hazırlanırken 1/100.000 ölçekli Türkiye jeoloji haritaları Zonguldak E29 ve F29 numaralı paftalarından yararlanılmıştır. Ayrıca iklim özelliklerinin belirlenmesinde yöredeki meteoroloji istasyonları ve akarsu rejiminin belirlenmesinde ise DSİ'nin verilerinden yararlanılmıştır. 2019 yaz aylarında yapılan arazi çalışmaları sırasında doğal köprünün olduğu alandan 2 adet kireçtaşı numunesi incelenmek üzere alınmıştır. Doğal köprüden numune olarak alınan kireçtaşlarının  $\text{CaCO}_3$  içeriklerinin belirlenmesi amacıyla Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü'ne gönderilmiş, elde edilen analiz sonuçları ile kireçtaşlarının doğal köprünün oluşumundaki etkileri belirlenmeye çalışılmıştır.

## 2. Kayabaşı Doğal Köprüsü'nün Konumu ve Başlıca Doğal Ortam Özellikleri

Kayabaşı doğal köprüsü Karadeniz Bölgesi'nin Batı Karadeniz Bölümü'nde bulunan Küre Dağları'nın güneybatısında bulunmaktadır. İdari olarak Bartın ili Ulus ilçesine bağlı Kayabaşı köyü sınırları içerisinde bulunan Kayabaşı doğal köprüsü, Ulus Çayı'nın yan kolu olan Ova Çayı'nın tabilerinden Kayabaşı Deresi üzerinde bulunmaktadır (Şekil 1).



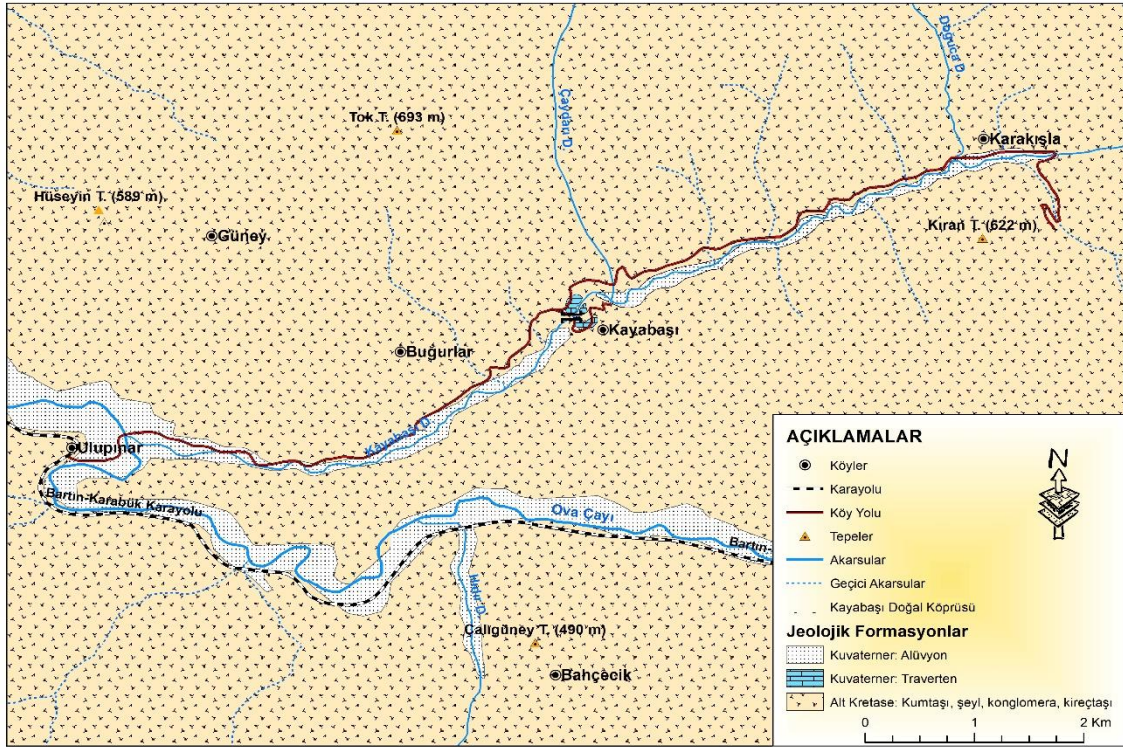
Şekil 1. İnceleme Sahası ve Yakın Çevresinin Lokasyon Haritası

Doğal köprünün güney yönündeki giriş kısmı  $41^{\circ} 29'$  kuzey- $32^{\circ} 38'$  doğu, kuzey yönündeki çıkış kısmı  $41^{\circ} 29'$  kuzey- $32^{\circ} 38'$  doğu koordinatında bulunmaktadır. Doğal köprünün bulunduğu Kayabaşı köyü, Ulus ilçe merkezinden yaklaşık 20 km sonra Abdipaşa köyünde Bartın-Karabük karayolu ile birleşmektedir. Bu yoldan Karabük tarafına doğru dönüp yaklaşık 10



km gidildikten sonra yol üstündeki Ulupınar köyünde Kayabaşı-Karakışla köylerinin yol ayırımına ulaşılmaktadır. Bu ayırımdan sonra yaklaşık 5 km bir kısmı bozuk asfalt bir kısmı stabilize bir yoldan gidildikten sonra Kayabaşı köyü girişindeki doğal köprüye ulaşılmaktadır. Doğal köprü Ulus ilçe merkezine 35 km, Bartın şehir merkezine 55 km, Kastamonu şehir merkezinin 200 km, Karabük şehir merkezine de 50 km uzaklıktadır.

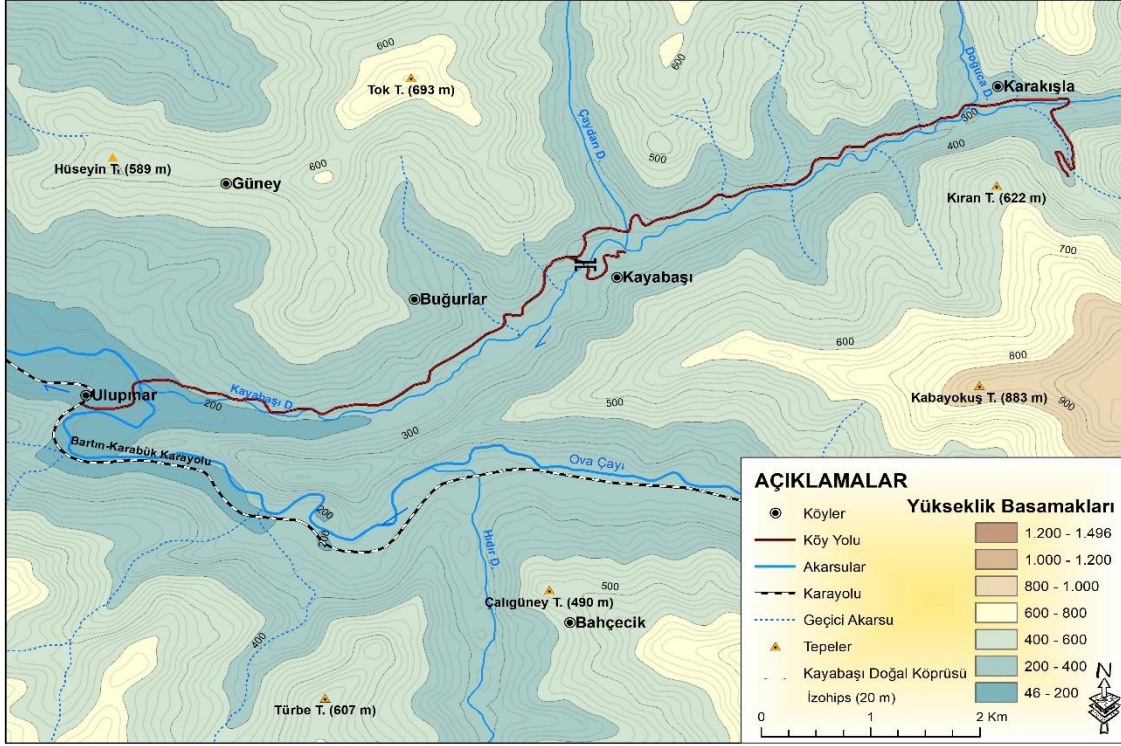
İnceleme sahası ve yakın çevresindeki en eski kayaç topluluğunu Mesozoik'a ait Ulus formasyonu olarak bilinen birim oluşturur (Şekil 2). Alt Kretase yaşlı bu birim kumtaşı, şeyl, konglomera ve kireçtaşı ardalanmasından oluşmuştur (Akyol ve diğ., 1974:5; Gedik ve Aksay, 2002:11). Ketin (1965) ve Gümüş (1966) Bartın ve Ulus dolayında yaptıkları çalışmalarda bu kayaç topluluğu için "Ulus flişi" adını kullanmışlardır. Genel olarak kırıltı sarı, sarımsı-kahverengimsi gri, gri renkli, orta-kalın tabakalı kumtaşı ile ince tabakalı gri renkli siltaşı/sheyl ardalanmasının yoğunluk kazandığı birimin alt kısımlarında parçalar halinde kireçtaşı blokları bulunur. Kireçtaşı blokları kalsi-türbitik ara tabakalar şeklinde bir oluşuma sahiptir (Uğuz ve Sevin, 2010:15). Çalışmaya konu olan doğal köprü de bu birime bağlı lokal yayılışa sahip kireçtaşları yayılış alanında yer alır. İnceleme sahasında hemen hemen tamamını kaplayan bu birim, Kayabaşı, Ulupınar, Bahçecik, Karakışla, Buğurlar ve Güney köylerinin çevresinde vadi tabanları hariç geniş olarak yüzeylenmişlerdir. İnceleme sahasında Kuvaterner'e ait ilk birimi alüvyonlar oluşturur. Ova çayı ve doğal köprünün yatağı üzerinde olduğu Kayabaşı deresinin vadi tabanının genişlediği kesimlerde alüvyonlar bulunmaktadır. Kuvaterner'e ait bir diğer birim olan travertenler Kayabaşı doğal köprüsü ve yakın çevresinde lokal bir alanda bulunurlar. Alt Kretase yaşlı Ulus formasyonu içerisinde bulunan kireçtaşlarını kat eden yüzey sularının derinlere doğru sızması ve yeraltı sularının da aynı kayaçlarla teması sırasında çözülme bünyesine aldıkları kireç çözeltisinin yüzeyde birikmesi sonucu Kuvaterner başlarından itibaren travertenler oluşmuştur.



Şekil 2. İnceleme Sahası ve Yakın Çevresinin Jeoloji Haritası

Küre Dağları'nın güneybatısında bulunan Kayabaşı doğal köprüsünün üzerinde olduğu Kayabaşı Deresi sularını, Batı Karadeniz Bölümü'nün önemli akarsularından birisi olan Ulus Çayı'nın yan kollarından birisi olan Ova çayı'na boşaltmaktadır. İnceleme sahası ve yakın çevresinde akış gösteren akarsular yaklaşık 600-800 m'ler seviyesinde bulunan bir aşınım düzlüğü içinde açtıkları vadiler içerisinde akış göstermektedirler (Şekil 3). Kuzeybatıda Tok Tepe (693 m), Hüseyin Tepe (589 m), doğuda Kiran Tepe (622 m), güneyde Çalgüney Tepe (490 m) gibi zirvelerle çevrili olan Kayabaşı Dere'si vadisinde oluşan doğal köprünün bulunduğu yerde vadi tabanı yaklaşık 260 m yükseltiye sahiptir.





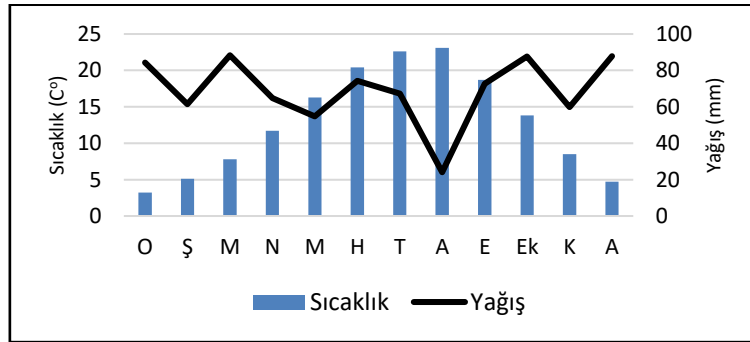
Şekil 3. İnceleme Sahası ve Yakın Çevresinin Topoğrafya Haritası

Kayabaşı doğal köprüsü ve yakın çevresinin iklim özelliklerini ortaya koyabilmek için kuş uçuşu yaklaşık 9 km kuzeyde bulunan Ulus (162 m) meteoroloji istasyonunun verilerinden yararlanılmıştır (MGM, 2019). Bu verilere göre Ulus'ta yıllık ortalama sıcaklık değeri 13,0 °C'dir. Aylık ortalama sıcaklıkların seyrinde en soğuk ay 3,2 °C ile ocak ayı iken, en sıcak ayı 23,1 °C ile ağustos ayı oluşturur (Tablo 1, Şekil 4). Kayabaşı doğal köprüsüne en yakın meteoroloji istasyonu olan Ulus'ta yıllık ortalama yağış miktarı 794,29 mm'dir.

Tablo 1. Ulus Meteoroloji İstasyonuna Ait Ortalama Sıcaklık (°C) ve Yağışın (Mm) Aylık Değişimi

İstasyonlar	O	Ş	M	N	M	H	T	A	E	Ek.	K	A	Yıllık
Ulus													
Ortalama Sıcaklık (°C)	3,2	5,1	7,8	11,7	16,3	20,4	22,6	23,1	18,7	13,8	8,5	4,7	13,0
Aylık Toplam Yağış Miktarı Ortalaması (mm)	84,24	61,43	88,34	64,79	54,78	74,32	67,17	24,06	72,64	87,71	59,94	87,86	794,29

Kaynak: MGM (2019) rasat verileri.

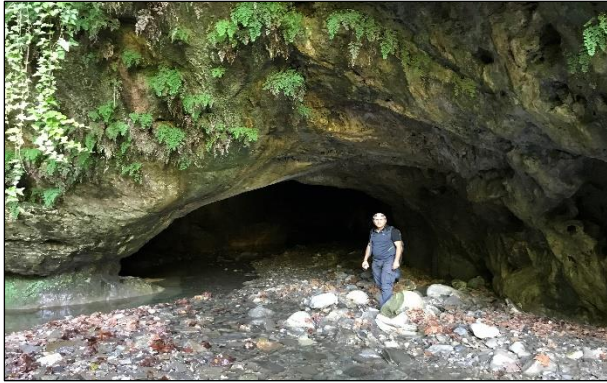


Şekil 4. Ulus'un Yıllık Ortalama Sıcaklık ve Yağış Grafiği

Yağışların aylık ortalama değerlerinde en fazla yağışın 87,86 mm ile aralık ayında görülürken, en az yağış 24,06 mm ile ağustos ayında görülmektedir. Eylül-ekim, aralık-ocak ve mart ayları yıl içerisinde sahada en yağışlı ayları oluştururken,

şubat, nisan, mayıs, ağustos ve kasım aylarında yağış diğer aylara göre nispeten daha az düşmektedir. Kayabaşı doğal köprüsü ve çevresinde yağışların nispeten düzenli bir gidişat göstermekle birlikte özellikle ağustos ayında yağışların çok azaldığı görülmektedir. Ancak ilkbahar başlarından yaz mevsiminin ortalarına kadar yağışların azaldığı uzun yıllık ortalamalardan anlaşılmaktadır. Ulus meteoroloji istasyonunun sıcaklık ve yağış verilerine göre, Ulus ilçesi ve yakın çevresinde her mevsim yağışlı, yazların sıcak, kışların ise nispeten ılık geçtiği iklim özellikleri görülmektedir. Meteoroloji istasyonuna göre daha yüksekte bulunan araştırma sahasında ise sıcaklık ortalamalarının biraz daha düşük, yağış miktarının biraz daha fazla olması beklenmektedir.

Ulus ve çevresinde yağışların büyük bölümü yağmur şeklinde gerçekleşirken, yılın 14 gününde kar yağışı gerçekleşmektedir. İlkbahar mevsimindeki sıcaklık artışına bağlı kar örtüsünün hızla erimesi ve haziran ayı ile birlikte artan yağışlara bağlı olarak Kayabaşı deresinin taşıdığı su miktarı artmaktadır. Bununla birlikte Kayabaşı deresinin beslenmesinde yamaç ve vadi tabanı kaynakları da katkı sağlamaktadır (Fotoğraf 1, 2). Bazı yıllarda yaz döneminde yağış azlığına bağlı olarak taşıdığı su miktarı oldukça azalan Kayabaşı Deresi'nde, doğal köprü yakınında ve vadinin üst çığırında bulunan vadi tabanı ve yamaç kaynakları sayesinde kısmen akışına devam etmektedir (Fotoğraf 3, 4).



**Fotoğraf 1. Yukarı Çığırında Su Akışı Olmayan Kayabaşı Deresi, Vadi Tabanı ve Yamaç Kaynaklarından Çıkan Sular ile Kısmen Akışına Devam Etmektedir. Doğal Köprüsünün Giriş Kısmı. Güneye Bakış.**



**Fotoğraf 2. Yukarı Çığırında Su Akışı Olmayan Kayabaşı Deresi, Doğal Köprü'nün Hemen Üst Kısımındaki Vadi Tabanı Kaynağı. Kuzeye Bakış.**



**Fotoğraf 3. Yaz Döneminde Suları Tamamen Kuruyan Kayabaşı Deresi Üzerindeki Doğal Köprü'nün Çıkış Kısmı. Kuzeye Bakış.**



**Fotoğraf 4. Doğal Köprü'nün Üst Kesimindeki Vadi Tabanı ve Yamaç Kaynaklarından Gelen Sular Doğal Köprü'nün İçinde Yeraltına Girerek Kaybolmaktadır. Kuzeye Bakış.**

İnceleme sahasında bulunan Kayabaşı Deresi ile sularını boşalttığı Ova Çayı ve bu akarsuların sularını Karadeniz'e taşıyan Ulus Çayı gibi akarsuların bugünkü akış şartları iklim, ana kaya, eğim gibi özelliklerin yanında bitki ve toprak örtüsü ile de yakından ilişkilidir. Nitekim yoğun bir bitki örtüsü ile kaplı olan inceleme alanında Ulus Çayı ve Ova Çayı'nın yıl boyu daimi akışa sahip oldukları ancak doğal köprü'nün üzerinde olduğu Kayabaşı Deresi'nin bazı yıllar sularının beslenme azlığına bağlı olarak yaz döneminde kuruduğu görülmektedir. Küre dağlarından kaynağını alan bu akarsular genelde yapıya bağlı olarak dandiritik bir drenaj ağına sahiptirler. Kayabaşı Deresi ve Ova Çayı'nın tabilerinden Hıdır Deresi ise kancalı drenaj özelliği de gösterirler. İnceleme sahasındaki akarsuların akış rejimlerini ortaya koymak amacıyla Kayabaşı deresi üzerinde akım istasyonu bulunmadığı için Ova Çayı ve Ulus Çayı üzerinde DSİ'nin kurmuş olduğu akım gözlem istasyonlarının verileri tablo 2'de verilmiştir.

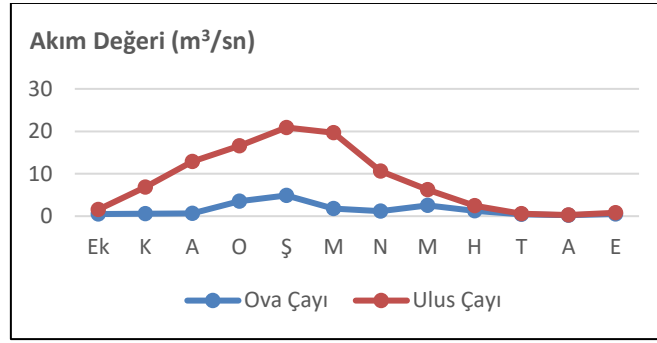


**Tablo 2. Ova Çayı ve Ulus Çayı Üzerindeki Akım İstasyonlarının Uzun Yıllık Aylık Akım Değeri Ortalaması (m<sup>3</sup>/sn)**

İstasyon Adı	Ek	K	A	O	Ş	M	N	M	H	T	A	E
Ova Çayı (Ovacuma)	0,504	0,557	0,619	3,514	4,885	1,815	1,190	2,563	1,273	0,459	0,225	0,535
Ulus Çayı (Ulus)	1,563	6,850	12,859	16,583	20,898	19,672	10,591	6,260	2,438	0,572	0,279	0,809

Kaynak: <http://svtbilgi.dsi.gov.tr/HaritaNew.aspx> (Erişim tarihi 06.11.2019).

Tablo 2 incelendiğinde, ana akarsu özelliğinde olan Ulus Çayı'nın tabisi olan Ova Çayı'na göre daha fazla su taşıdığı görülür (Şekil 5). Ancak her iki istasyon için de ortak olarak şu değerlendirme yapılabilir: Yaz minimumlarından sonra sonbahardan itibaren akımdaki artışlar, şubat ayında maksimuma çıkmaktadır.

**Şekil 5. Ova Çayı ve Ulus Çayı Üzerindeki Akım İstasyonlarının Aylık Akım Değerleri**

Bununla birlikte her iki istasyonda da maksimum ve minimum akımlar arasındaki fark oldukça belirgindir. Bu durum kar erimelerinin ve yağış miktarının etkisi ile ortaya çıkmaktadır. Her iki istasyon içinde şubat maksimumuna karşılık ağustos minimumu ayırt edilmektedir. Bu durum, iklim kısmında da değinilen ve inceleme sahasındaki yıllık toplam yağışların aylık gidişyle de paralellik göstermektedir.

Çalışma sahasının da içinde yer aldığı Ulus yöresi, Öksin flora alt bölgesinin (Karadeniz Alanı) içerisinde yer almaktadır. İnceleme sahası bütünü ile orman alanı içerisinde yer almaktadır. Ayrıca orman altı örtüsü de yağışların fazlalığına bağlı olarak son derece zengindir. İnceleme alanındaki arazi çalışmaları sırasında Kayabaşı deresi vadisi ve doğal köprü çevresinde "göknar (*Abies nordmanniana* subsp. *Nordmanniana*), akçaağaç (*Acer campestre*), sarıçam (*Pinus sylvestris*), gürgen (*Carpinus betulus*), adi şimşir (*Buxus sempervirens*), adi gürgen (*Carpinus betulus*), yabani fındık (*Corylus sp.*), adi alıç (*Crataegus monogyna*), kayın (*Fagus sp.*), dişbudak (*Fraxinus excelsior* subsp. *Excelsior*), orman sarmaşığı (*Hedera colchica*), kurtbağrı (*Ligustrum vulgare*), yabani elma (*Malus sylvestris* subsp. *Sylvestris*), muşmula (*Mespilus germanica*), titrek kavak (*Populus tremula*), erik (*Prunus domestica*), mazı meşesi (*Quercus infectoria*), saplı meşe (*Quercus robur*), kuşburnu (*Rosa canina*), söğüt (*Salix sp.*)," gibi ağaç ve çalı türleri tespit edilmiştir. Doğal bitki örtüsü tamamıyla orman formasyonundan oluşan inceleme sahası ve çevresinde daha çok Karadeniz iklim kuşağında yayılış gösteren geniş yapraklı ağaçlardan oluşan türler yaygın durumdadır.

### 3. Kayabaşı Doğal Köprüsü Oluşumu ve Morfometrik Özellikleri

Kayabaşı doğal köprüsü Ulus formasyonu olarak adlandırılan Alt Kretase yaşlı, kumtaşı, şeyl, konglomera ve kireçtaşı ardalanmasından oluşan birim üzerinde oluşmuştur. Bu seri içerisindeki kireçtaşlarının varlığı doğal köprünün oluşumunda önemli bir etkiye sahiptir. Kırıklı ve çatlaklı bir yapı özelliğine sahip kireçtaşları, Ulus formasyon içerisinde kütleli olarak geniş alanları kaplamamakta, Kayabaşı doğal köprüsünün oluştuğu alanda olduğu gibi adacıklar halinde parça parça bir dağılışa sahip bulunmaktadır (Fotoğraf 5, 6). Doğal köprü çevresinde yüzeyde bulunan bu kireçtaşlarından alınan numunelerde yapılan analizler sonucunda kireçtaşlarında CaO oranı ortalama % 58, MgO oranı ise % 0,31 çıkmıştır. Yine numunelerde yapılan modal minerolojik analiz sonuçlarında Dolomit % 1,28 oranında belirlenirken Kalsit (CaCO<sub>3</sub>) % 98,72 oranında çıkmıştır. Sahadaki kireçtaşlarının birbirini kesen çatlak ve kırık sistemlerine sahip olması, yüzey sularının yeraltına geçişini kolaylaştırmıştır.



**Fotoğraf 5. Kayabaşı Doğal Köprüsünün Batı Yamacında Bulunan Kireçtaşı ve Diğer Litolojik Birimler. Kuzeye Bakış.**



**Fotoğraf 6. Doğal Köprü'nün Giriş Kısmının Her İki Yamacında Bulunan Kireçtaşları. Güneybatı Bakış.**

Ova Çayı'nın bir tabisi olan Kayabaşı Deresi, ilksel eğime bağlı olarak farklı kayaç türlerinden oluşan bu birim içerisinde vadisini açmaya başlamıştır. Zamanla yatağını derinleştiren akarsu, vadi içerisinde gömülmüştür. Doğal köprü'nün bulunduğu Kayabaşı Deresi vadisinin kuzey ve güneyinde 450-500 m'lerde Kıranardı, Değirmenburun ve Boynuzkıran adlı sırtlar ve sırtların sağrı seviyeleri Pleyistosen sonlarına doğru, Kayabaşı Deresi'nin 400-500 m'lerin üzerinde bir seviyeden aktığını düşündürmektedir. Üst Pleyistosen sonlarına doğru hem iklimdeki değişimler (daha nemli dönemlere girilmesi) hem de tektonikle ilgili gençleşmelerle Kayabaşı Deresi, bol kırıklı-çatlaklı ana kaya yüzeyinden yatağına gömülmüştür. Ana vadideki omuz düzlükleri buna işaret etmektedir. Kayabaşı Deresi ana vadideki gençleşmelere uyarak, kireçtaşlarının bulunduğu sahadan yeraltına intikal etmiştir.

Doğal köprü'nün de oluşumunda rol oynayan akarsuyun yatak içerisinde yer yer tabandaki alüvyonlardan yeraltına sızdığı, yer yer ise yeni kaynak suları ile de beslenerek yüzeyde akış gösterdiği dikkati çekmektedir. Nitekim doğal köprü'nün oluşumunu sağlayan Kayabaşı Deresi'nin sularının çekik olduğu dönemde doğal köprü girişinin yaklaşık 50 m gerisinde bulunan vadi tabanından çıkan kaynak suları doğal köprüye girdikten sonra 15 m kadar yüzeyde akış göstermekte, sonrasında doğal köprü'nün içinden tekrar yeraltına girerek akışına devam etmektedir (Fotoğraf 7, 8, 9, 10).



**Fotoğraf 7. Doğal Köprü'nün Oluşmasını Sağlayan Kayabaşı Deresi Doğal Köprü'nün Üst Kısımındaki Vadi Tabanı Kaynakları Sayesinde Çekik Dönemde De Akışını Sürdüremektedir. Güneybatıya Bakış.**



**Fotoğraf 8. Doğal Köprü İçinde Akışını Devam Ettiren Kayabaşı Deresi Doğal Köprüye Girdikten Sonra Akışını Yaklaşık 15 M Kadar Yüzeyde Sürdürdükten Sonra Yeraltına Girmekte ve Akışına Orada Devam Etmektedir. Kuzeydoğuya Bakış.**





**Fotoğraf 9. Doğal Köprünün İçinde Kayabaşı Deresi Sularının Yeraltına Sızdığı Yerlerden Birisi.**



**Fotoğraf 10. Doğal Köprünün İçinde Sular Yaz Devresinde Yeraltına Sızdığı İçin, Doğal Köprünün Çıkışında Herhangi Bir Akış Olmamaktadır. Kuzeydoğuya Bakış.**

Doğal köprünün oluşumuyla birlikte Kayabaşı Deresi kireçtaşı kütleleri içerisinde oluşturduğu yatağını genişleterek burada akmaya başlamış ve yaklaşık 35 m'lik bir gömülme meydana gelmiştir. Doğal köprünün giriş kısmındaki vadi yamacından Kayabaşı köyüne kadar uzanan traverten oluşumu, akarsuyun doğal köprüyü meydana getirdikten sonraki süreçte birikmiş olmalıdır. Ayrıca doğal köprünün girişindeki akarsu vadisinin doğu yamacındaki traverten içerisinde oluşan mağara bu düşünceyi desteklemektedir. Üst Pliyosen sonlarına doğru hem iklimdeki değişimler (daha nemli dönemlere girilmesi) hem de tektonik ile ilgili gençleşmeler, Kayabaşı Deresi oluşturduğu boşluğu bir yandan genişletmesine, aynı zamanda genişleyen bu boşluk içinde yağışlara bağlı meydana gelen sızmalar sonucu sarkıt, dikit ve traverten gibi karstik şekillerin oluşmasını sağlamıştır. Yöre halkının "İn Mağarası" olarak adlandırdığı doğal köprünün içindeki boşlukta gelişen karstik şekillerinin oluşum süreci halen devam etmektedir (Fotoğraf 11, 12).



**Fotoğraf 11. Doğal Köprünün İçerisinde Oluşan Sarkıtlar.**



**Fotoğraf 12. Doğal Köprünün Duvarlarında Oluşan Damla Taşları.**

Doğal köprünün giriş kısmındaki vadi yamacında bulunan ve Kayabaşı köyüne kadar devam eden travertenler jeoloji haritalarında işaretli değildir. Bu nedenle sahanın jeoloji haritasına söz konusu travertenler işlenmiştir. Dolayısıyla travertenlerle ilgili ayrıntılı bir yaşlandırma çalışması da yapılmamıştır. Ancak Türkiye'de yapılan birçok çalışmada Türkiye'deki traverten alanlarının genelde Pliyo-Kuvaterner ve Kuvaterner yaşlı olduğu ifade edilmektedir (Ayaz ve Karacan, 2000; Ayaz, 2002; Bayarı, 2002; Yalçınalp ve diğ., 2008; Polat, 2011; Mesci, 2013; Zeybek ve diğ., 2015; Uzun ve diğ., 2015; Uzun ve diğ., 2018). Yeraltı sularını besleyen meteorik sular atmosferden ve topraktan geçerken karbondioksit ile birleşerek karbonik asitçe ( $H_2CO_3$ ) zengin hale gelirler. Bu sular kireçli kayaların üzerinden geçerken kireci ( $CaCO_3$ ) çözer ve kalsiyum bikarbonat  $Ca(HCO_3)_2$  şeklinde bünyesine alır. Ayrıca kirecin bu çözünmesi sırasında suda kalsiyum ( $Ca^{++}$ ) ve karbonat ( $CO_3^{-}$ ) iyonları şeklinde de bir çözülmeye uğrar. Sonraki süreçte kireci çözerek bünyesine alan bu sular kaynaklardan yüzeye çıkar. Suyun içerisinde bulunan çözülmüş haldeki kireç, basınç ve sıcaklık azalması, buharlaşma ve karbondioksitin uçması gibi farklı etkenlere bağlı olarak kaynak noktasından itibaren çökelmeye başlar (Uzun ve diğ., 2018:6). İnceleme sahasında Alt Kretase yaşlı Ulus formasyonu içerisinde bulunan kireçtaşları da bu şekilde çözülmeye uğrayarak doğal köprünün oluşumunu sağlayan Kayabaşı Deresi vadi yamaçlarından Kayabaşı köyüne kadar geniş bir alanda traverten oluşumunu sağlamışlardır (Fotoğraf 13, 14).



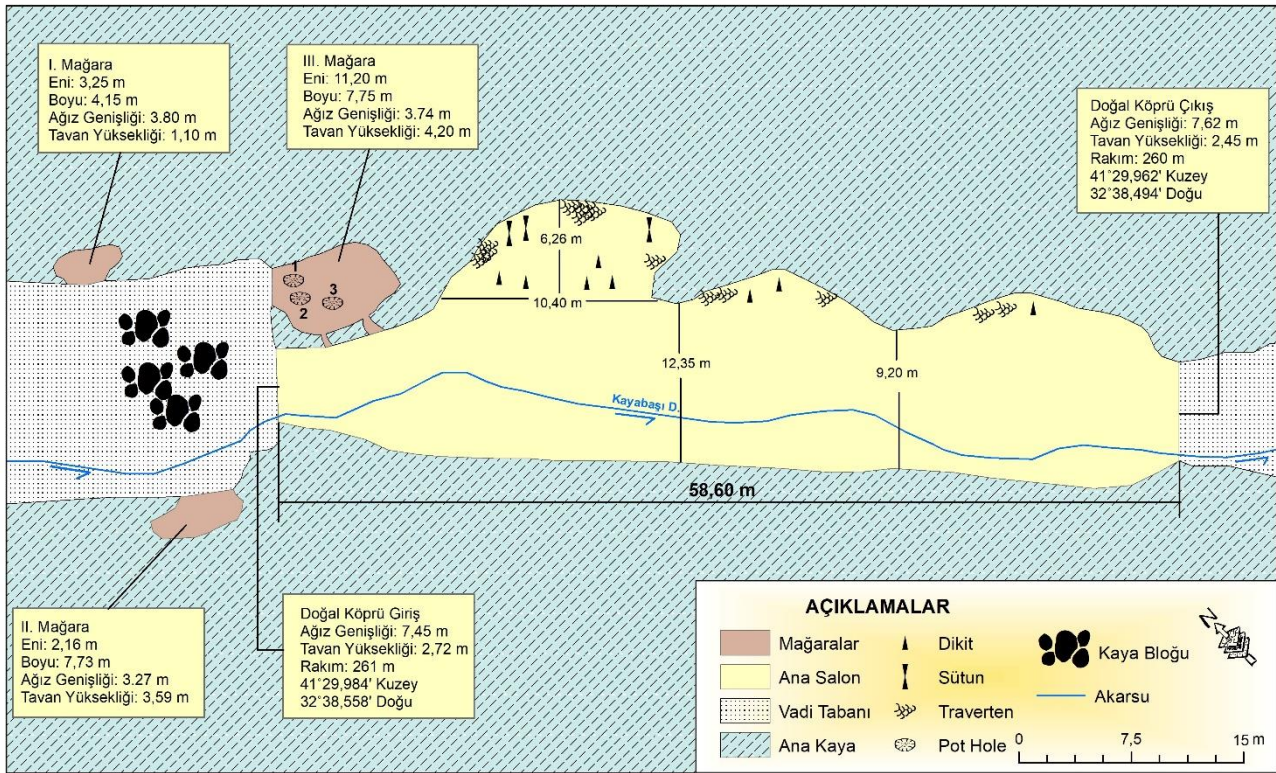


**Fotoğraf 13. Doğal Köprü Girişinin 15 M Kadar Gerisinde Traverten İçinde Oluşmuş Doğal Mağara.**



**Fotoğraf 14. Doğal Köprüden Kayabaşı Köyüne Kadar Dağlık Kütlenin Güney Yamacında Oluşan Travertenler.**

Giriş kısmında farklı büyüklükte 3 mağaranın bulunduğu Kayabaşı doğal köprüsü akarsuyun giriş yaptığı yerden çıkışı yaptığı kesime kadar yaklaşık 58,60 m uzunluğundadır (Şekil 6). Giriş kısmı deniz seviyesinden 261 m çıkış kısmı ise 260 m yükseklikte olup, doğal köprü'nün girişi ile çıkışı arasında 1 m lik bir yükselti farkı vardır. Doğal köprü'nün giriş kısmında vadi tabanı ile köprü'nün üst seviyesi arasında 17 m yükselti varken, çıkış kısmında bu mesafe 18 m dir. Kayabaşı doğal köprüsünün giriş kısmında vadinin iki yamacında toplam 3 adet mağara bulunmaktadır. Bu mağaralardan ilki vadinin doğu yamacındaki traverten birikimi içerisinde oluşmuş bir traverten mağarasıdır (Fotoğraf 15). Bu mağaranın ağız kısmının genişliği 3,80 m, eni 3,25 m, boyu 4,15 ve iç kısmında tavan yüksekliği 1,10 m civarındadır.



**Şekil 6. Kayabaşı Doğal Köprüsünün Şematik Planı**

Giriş kısmında bulunan ikinci mağara vadinin batı yamacında bulunmaktadır (Şekil 6). Bu mağara doğal köprü'nün de oluşumunu sağlayan kireçtaşı kütlesi içerisinde oluşmuştur (Fotoğraf 16). Ağız kısmının genişliği yaklaşık 3,27 m olan bu mağaranın eni 2,16 m, boyu 7,73 m ve iç kısmında tavan yüksekliği ise 3,59 m olarak ölçülmüştür.





**Fotoğraf 15. Doğal Köprünün Girişindeki Vadinin Doğu Yamacında Biriken Travertenler İçinde Oluşan I. Mağara.**



**Fotoğraf 16. Doğal Köprünün Girişindeki Vadinin Batı Yamacında Kireçtaşı Kütlesi İçerisinde Oluşan II. Mağara.**

Doğal köprünün giriş kısmındaki mağaraların en büyüğü III. mağaradır. Doğal köprünün giriş kısmındaki Kayabaşı deresi vadisinin doğu yamacında bulunan bu mağaranın ağız genişliği 3,74 m dir (Fotoğraf 17). III. mağaranın eni 11,20 m, boyu 7,75 m ve iç kısmının ortalama tavan yüksekliği 3,74 m olup, bu mağaranın doğal köprüyü oluşturan ana salon ile iç kısımdan iki sifon ile bağlantısı bulunmaktadır. Kayabaşı Deresi'nin fazla su taşıdığı dönemde bu mağaranın içinden de aktığı ve mağara içindeki bu suların sifonlar yardımıyla tekrar ana salona boşaldığı anlaşılmaktadır (Fotoğraf 18).



**Fotoğraf 17. Doğal Köprü Girişinin Doğusunda Bulunan III. Mağara.**



**Fotoğraf 18. III. Mağaranın İç Kısmından Doğal Köprünün Altındaki Ana Salon ile Bağlantısını Oluşturan Sifonlar.**

III. mağara, bulunduğu konum itibari ile akarsuyun taşkın döneminde taşıdığı suyun bir kısmını içinden akıtmaktadır. Bu dönemde akarsuyun hızlı akışına bağlı olarak taşınan suların ve içerisinde taşımış oldukları malzemelerin türbülans hareketi sonucu mağara tabanında 3 adet pot hole (yatak çukuru) oluşumu gerçekleşmiştir (Fotoğraf 19, 20).



**Fotoğraf 19. III. Mağaranın İçerisindeki 3 Numaralı Yatak Çukuru.**



**Fotoğraf 20. III. Mağaranın İç Kısmında Oluşan Yatak Çukurları.**

Şekil 6'da 1 numara ile gösterilen bu yatak çukurlarından ilki 70 cm uzunluk, 44 cm genişlik ve 10 cm derinliğe sahip olup mağaranın ağız kısmına en yakın olanıdır. Bu yatak çukurunun güneye doğru ilerinde peş peşe iki büyük yatak çukuru daha bulunmaktadır. Bunlardan orta kısımda bulunan 2 numaralı yatak çukuru 224 cm uzunluğa, 157 cm genişliğe ve 32



cm derinliğe sahiptir. 3 numaralı yatak çukuru ise boyut olarak en büyük yatak çukuru olup, 280 cm uzunluğa, 160 cm genişliğe ve 36 cm derinliğe sahiptir. Kayabaşı Deresi'nin oluşturduğu doğal köprünün altında toplam uzunluğu 58,60 m olan büyük ana salon bulunur. Ana salonun giriş kısmı  $41^{\circ} 29'$  kuzey- $32^{\circ} 38'$  doğu koordinatında ve deniz seviyesinden 261 m yüksekliğe sahiptir. Ağız kısmının genişliği 7,45 m olan doğal köprünün ağız kısmındaki tavan yüksekliği ise 2,72 m olarak ölçülmüştür (Fotoğraf 21). Bu ana salonun batı duvarı düz bir satıh olarak doğal köprünün giriş kısmından çıkışa kadar hafif birkaç büklüm göstererek devam eder (Fotoğraf 22).



**Fotoğraf 21. Kayabaşı Doğal Köprüsünün Giriş Kısmı. Güneye Bakış.**



**Fotoğraf 22. Kayabaşı Doğal Köprüsünü Oluşturan Ana Salonun Batı Duvarı Düz Bir Satıh Olarak Çıkışa Kadar Uzanmaktadır. Kuzeye Bakış.**

Ancak ana salonun doğu kısmı içeri doğru girintiler yapmış ve daha karmaşık bir hal almıştır. Ana salonun doğusunda girişe en yakın kısmında geniş bir cep bulunmaktadır. Burası doğuya doğru yaklaşık 6 m kadar bir girinti yaparak ana salonun genişlemesine neden olmuştur. Ayrıca ana salonun bu kesimi damlataş şekilleri bakımından oldukça zengin olup, sarkıt, dikit ve sütunlar bulunmaktadır (Fotoğraf 23, 24).



**Fotoğraf 23. Doğal Köprü'nün Altındaki Ana Salonun Giriş Kısmına Yakın Bölümünde Bulunan Dikitler.**



**Fotoğraf 24. Doğal Köprü'nün Altındaki Ana Salonun Giriş Kısmına Yakın Bölümünde Bulunan Sütunlar.**

Kayabaşı doğal köprüsünün çıkış kısmı  $41^{\circ} 29'$  kuzey- $32^{\circ} 38'$  doğu koordinatında ve deniz seviyesinden 260 m yüksekliğe sahiptir. Doğal köprü içinden akarsuyun çıkış yaptığı bu kesimin ağız genişliği 7,62 m ve tavan yüksekliği 2,45 m dir (Fotoğraf 25). Kayabaşı doğal köprüsünün giriş kısmında dikkati çeken özelliklerden birisi de bir kısmı akarsular tarafından taşkın döneminde taşınmış, bir kısmı ise vadi yamaçlarından koparak vadi tabanına düşen iri blokların varlığıdır (Fotoğraf 26). Bu bloklar giriş kısmında akarsuyun su seviyesinin yüksek olduğu dönemlerde akan suyun yön değiştirmesine sebep olmaktadır.





**Fotoğraf 25. Kayabaşı Doğal Köprü'nün Çıkış Kısımı. Kuzeydoğuya Bakış.**



**Fotoğraf 26. Doğal Köprü'nün Giriş Kısımındaki Kaya Blokları. Güneybatıya Bakış.**

### Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışmada Kayabaşı doğal köprüsü ve yakın çevresinin doğal ortam özellikleri, oluşumu ve morfometrik özellikleri incelenmiştir. Doğal köprü Ulus şehir merkezine yaklaşık 35 km mesafede ve Kayabaşı köyünün girişinde bulunmaktadır. Yaklaşık 58,60 m uzunluğa ve vadi tabanından köprü'nün üst kısmında karayolunun geçtiği yere kadar 18 m yüksekliğe sahip Kayabaşı doğal köprüsü aynı adlı akarsuyun vadisi üzerinde köyün giriş kısmında oluşmuştur.

Doğal köprü ve yakın çevresinde Mesozoik'e ait Ulus formasyonu adı verilen ve kumtaşı, şeyl, konglomera ve kireçtaşı ardalanmasından oluşan birim geniş alanlar kaplamaktadır. Doğal köprü çevresinde yüzeyde bulunan bu kireçtaşlarından alınan numunelerde yapılan analizler sonucunda kireçtaşlarında CaO oranı ortalama % 58, MgO oranı ise % 0,31 çıkmıştır. Yine numunelerde yapılan modal minerolojik analiz sonuçlarında Dolomit % 1,28 oranında belirlenirken Kalsit ( $\text{CaCO}_3$ ) % 98,72 oranında çıkmıştır. Sahadaki kireçtaşlarının birbirini kesen çatlak ve kırık sistemlerine sahip olması, yüzey sularının yeraltına geçişini kolaylaştırmıştır. Ayrıca, Kuvaterner'de Ulus formasyonu içerisinde bulunan kireçtaşlarını kat eden yüzey sularının derinlere doğru sızması ve yeraltı sularının da etkisiyle kireçtaşlarının çözünmesi ve bu suların bünyesine aldıkları kireç çözeltisini biriktirmesi ile traverten oluşumu gerçekleşmiştir.

Ova Çayı'nın bir tabisi olan Kayabaşı Deresi, ilksel eğime bağlı olarak farklı kayaç türlerinden oluşan bu birim içerisinde vadisini açmaya başlamıştır. Zamanla yatağını derinleştiren akarsu, vadi içerisinde gömülmüştür. Doğal köprü'nün bulunduğu Kayabaşı Deresi vadisinin kuzey ve güneyinde yer alan Kıranardı, Değirmenburun ve Boynuzkıran adlı sırtlar ve sırtların sağrı seviyeleri Pleyistosen sonlarına doğru, Kayabaşı Deresi'nin 400-500 m'lerin üzerinde bir seviyeden aktığını düşündürmektedir. Üst Pleyistosen sonlarına doğru hem iklimdeki değişimler (daha nemli dönemlere girilmesi) hem de tektonikle ilgili gençleşmelerle Kayabaşı Deresi, bol kırıklı-çatlaklı ana kaya yüzeyinden yatağına gömülmüştür. Ana vadideki omuz düzlükleri buna işaret etmektedir. Kayabaşı Deresi ana vadideki gençleşmelere uyarak, kireçtaşlarının bulunduğu sahadan yeraltına intikal etmiştir.

Kayabaşı Deresi'nin oluşturduğu doğal köprü'nün altında toplam uzunluğu 58,60 m'dir. Köprü'nün giriş kısmı deniz seviyesinden 261 m yüksekliğe sahiptir. Ağız kısmının genişliği 7,45 m olan doğal köprü'nün ağız kısmındaki tavan yüksekliği ise 2,72 m olarak ölçülmüştür. Kayabaşı doğal köprüsünün çıkış kısmı deniz seviyesinden 260 m yüksekliğe sahiptir. Doğal köprü içinden akarsuyun çıkış yaptığı bu kesimin ağız genişliği 7,62 m ve tavan yüksekliği 2,45 m'dir. Doğal köprü altında akarsu yatağının en geniş yeri 18,61 m'dir.

Doğal köprü oluşum bakımından önemli bir morfolojik ünedir. Ayrıca doğal köprü'nün girişinde farklı ebatlarda üç mağara, iç duvarlarında ve tabanda yer yer damlatmaları gelişmiştir. Yöredeki travertenlerle ilgili kesin bir yaşlandırma yapılmamıştır. Bu durum, travertenlerin ve dolaylı olarak da doğal köprü'nün oluşum zamanı ile ilgili daha sağlıklı verilere ulaşılmasına imkân verecektir. Ulus ilçesi Kayabaşı köyünde bulunan Kayabaşı doğal köprüsü yörenin en önemli jeomiras alanlarından birisidir. Gerek jeomorfolojik şekil zenginliği ve gerekse yüksek görseelliği doğal köprü'nün turizm çekiciliğini arttırmaktadır. Morfolojik olarak bir doğal köprü olma özelliği taşıyan bu oluşum aynı zamanda beşerî olarak da köprü olarak kullanılmakta ve üzerinden Kayabaşı köyüne giden karayolu geçmektedir (Fotoğraf 27). Ayrıca köyün girişinde bulunan doğal köprü'nün jeomiras potansiyelinin bilinmemesi ve turizm alanında yöreye yapacağı katkının farkında olmayan köylüler bu doğal mirasın giriş kısmını çöp dökme alanı olarak kullanılmakta ve son derece çirkin görüntülerin oluşmasına neden olmaktadır (Fotoğraf 28). Bilinçsizce atılan bu çöplerin bulunduğu yerden kaldırılması ve çöp atışının durdurulmasında yöre halkının bilgilendirilmesi ile bu doğal mirasın önemini ortaya konulması önemlidir. Nitekim Kayabaşı doğal köprüsü ve yakın çevresi kamping, piknik, bisiklet, doğa yürüyüşü ve dinlenme faaliyetleri gibi birçok rekreasyonel aktivitenin yapılabileceği bir alandır.



**Fotoğraf 27. Kayabaşı Doğal Köprüsü Üzerinden Geçen Köy Yolu. Otomobil Köprü Üzerinde Durmaktadır. Doğuya Bakış.**



**Fotoğraf 28. Doğal Köprü'nün Giriş Kısımındaki III Numaralı Mağaranın Giriş Kısımına Köylülerce Atılan Çöp ve Molozlar.**

Ancak doğal köprü'nün turizme açılmasında ve daha fazla turistin ilgi göstermesinde Ulus ilçesinin sahip olduğu diğer doğal ve kültürel varlıkların da devreye sokulması gerekmektedir. İlçe kaymakamlığı, belediye ve diğer kamu kurum ve sivil toplum örgütlerinin birlikte oluşturacağı destinasyon planlamaları bu açıdan oldukça önem taşımaktadır. Doğal köprü Ulus İlçesinde dahi yeterince bilinmemektedir. Bu nedenle öncelikle tanıtım eksikliği giderilmelidir. Bu amaçla ilçe ile ilgili tanıtım broşürlerinde doğal köprüye daha fazla yer verilmelidir. Ulus ilçesinden Kayabaşı köyüne kadar herhangi bir bilgilendirme ve yönlendirme levhası bulunmamaktadır. Ulus ilçe merkezinden başlayarak kavşak noktalarına yönlendirme tabelaları konulmalıdır. Ayrıca, doğal köprü girişine bir bilgilendirme tabelası yerleştirilmelidir.

Bu kapsamda Kayabaşı doğal köprüsünü ziyaret eden turistlerin doğal köprü'nün üstünde ve altındaki mağaralarda rahatça dolaşabilmeleri için gerekli düzenlemeler ve güvenlik tedbirlerinin alınması gerekmektedir. Doğal köprü'nün giriş kısmı dik yamaçlardan oluştuğu için bu bölümün doğal yapısına bir müdahalede bulunulmamalıdır. Ziyaretçilerin doğal köprü'nün altını ve giriş kısmındaki mağaraları gezebilmeleri için çıkış kısmına doğru vadinin batı yamacında eğimin az olduğu kesimde basamaklı bir yürüyüş yolu yapılmalıdır. Bu şekilde vadi tabanında doğal köprü'nün çıkış kısmına ulaşan turistler rahatça doğal köprü'nün içinden geçerek giriş kısmına ulaşabilecekler, bu sırada da doğal köprü'nün altındaki ana salonu, içindeki damlatma şekillerini ve giriş kısmındaki 3 mağarayı görme fırsatı bulabileceklerdir. Bununla birlikte doğal köprü'nün Kayabaşı köyüne çok yakın bir konumda olması bir avantaj olarak değerlendirilebilir. Gelen misafirlerin ihtiyacını karşılayacak bir köy kahvesi, küçük bir lokanta, yerel el sanatları ürünlerinin sergilendiği ve satıldığı küçük iş yerleri, tuvalet, vb. birtakım yerlerin yapılması köy halkının bütçesine de katkı sağlayacaktır. Ayrıca gerek doğal köprü gerekse köy çevresindeki manzaraya hâkim bir yere yapılacak park alanı ve seyir terasının yapımı ile turistlerin ilgisi çekilebilir ve sürdürülebilir şekilde yararlanmak mümkün olabilir.

## **Kaynakça**

- Akyol, Z., Arpat, E., Erdoğan, B., Göğer, E., Güner, Y., Şaroğlu, F., Şentürk, İ., Tütüncü, K., Uysal, Ş. (1974) 1:50.000 Ölçekli Türkiye Jeoloji Haritası serisi, *Maden Tetkik ve Arama Enstitüsü*.
- Atalay, İ., (1994) *Türkiye Vegetasyon Coğrafyası*. İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi.
- Ayaz, M. E., Karacan, E. (2000) Sivas Batısındaki Traverten Oluşumlarının Yapı ve Yüzey Kaplama Taşı Olarak Kullanılabilirliklerinin İncelenmesi. *Jeoloji Mühendisliği*, 24 (1), 87-99.
- Ayaz, M. E. (2002) Travertenlerde Gözlenen Morfolojik Yapılar ve Tabiat Varlığı Olarak Önemleri. *Cumhuriyet Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Dergisi*, 19(2), 123-134.
- Bayari, C. S. (2002) A Rare Landform: Yerköprü Travertine Bridges in the Taurids Karst Range, Turkey. *Earth Surface Processes and Landforms*, 27, 577-590.
- Cleland, H. F. (1910) The Formation of North American Natural Bridges. *Bulletin of the Geographical Society*, 21, 313-338.
- Doğan, U. (2015). *Jeomorfolojinin Temelleri (Çeviri)*. İstanbul: Nobel.
- DSİ (2019). Devlet Su İşleri (<http://svtbilgi.dsi.gov.tr/Sorgu.aspx>) Erişim Tarihi 06.11.2019.
- Ford, D., Williams, P. (2007). *Karst Hydrogeology and Geomorphology*. John Wiley & Sons Inc., Hoboken, NJ: USA.

- Gedik, İ., Aksay, A. (2002) Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü 1/100.000 Ölçekli Türkiye Jeoloji Haritaları Zonguldak E29 Paftası, 25.
- Huggett, R. J. (2011) *Fundamentals of Geomorphology*. Abingdon: This Edition Published in the Taylor&Francis e-Library.
- Gun, J. (2004). *Encyclopedia of Caves and Karst Science*. London: Published in Great Britain by Fitzroy Dearborn An Imprint of the Taylor and Francis Group 11 New Fetter Lane.
- Gümüş, Ö. (1966) II. Bölge Ulus Sahalarının Jeolojisi Hakkında Rapor. *Türkiye Petrolleri Anonim Ortaklığı*, 378.
- Jennings, J. N. (1971) *An Introduction to Systematic Geomorphology (Karst)*. Canberra: Australian National University.
- Jennings, J. N., Brush, J. B., Nicoll, R. S., Spate, A. P. (1976) Karst Stream Self-Capture at London Bridge, Burra Creek. *N. S. W., Australian Geographer*, 13 (4), 238-249.
- Ketin, İ. (1965) Bartın Bölgesindeki Paleozoyik ve Buna Bağlı Teşekküllerin Jeolojik Etüdü Hakkında Rapor. *Türkiye Petrolleri Anonim Ortaklığı*, 350.
- Mesci, B. L. (2013) Özgün Niteliklere Sahip Travertenler ve Önemleri: Sivas Yöresi Travertenlerinden Örnekler. *Türkiye Jeoloji Bülteni*, 56 (1), 23-37.
- Manning, A., (2009) Arches and natural bridges. *Journal of Creation* 23(2):67-68.
- MGM (2019). Yayınlanmamış Döküm Cetvelleri.
- Oard, M.J., (2009) Many arches and natural bridges likely from the Flood. *Journal of Creation* 23(1):115-118.
- Polat, S. (2011) Türkiye'de Traverten Oluşumu, yayılış Alanı ve Korunması. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 23, 389-428.
- Strahler, A. (2011) *Introducing Physical Geography*. Boston: John Wiley&Sons, Inc.
- Uğuz, M. F., Sevin, M. (2010) Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü 1/100.000 Ölçekli Türkiye Jeoloji Haritaları Kastamonu D30-E30 Paftası, 135.
- Uzun, A., Zeybek, H. İ., Yılmaz, C., Bahadır, M. (2015) Aksu Çayı Havzası Traverten Mağaraları, Giresun. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 31, 243-257.
- Uzun, A., Zeybek, H. İ., Bahadır, M., Gürgöze, S., Zorba, T. B. (2018) Geomorphology Characteristics of The Akkaya Travertines (Bolu-Turkey). *The Most Recent Studies In Sciences And Art*, 2, 4.
- Williams, E.L., (2003) Natural Tunnel, Virginia: origin Speculations. *Creation Research Society Quarterly* 39(4), 220-224.
- Yalçınalp, B., Ersoy, H., Ersoy, A. F., Keke, C. (2007) Bahçecik (Gümüşhane) Travertenlerinin Jeolojik ve Jeoteknik Özellikleri. *Jeoloji Mühendisliği Dergisi*, 32 (1), 25-34.
- Zeybek, H. İ. (2004) Delikkaya Natural Bridge (Tokat). *International Symposium on Earth System*, 105-110.
- Zeybek, H. İ., Uzun, A., Yılmaz, C., Bahadır, M., Hatipoğlu, İ. K., Dinçer, H., Gürgöze, S. (2015) Yıldız Doğal Köprüsü, Yıldızeli-Sivas. *IV. Ulusal Jeomorfoloji Sempozyumu (UJES-2015)*, 559-563.

## Extended Abstract

### Introduction

Natural bridges are among the important morphological units developed in the areas with limestone, travertine and sand stone features. Natural bridges can be developed in rocky areas, mountain passages or between the slopes of valleys. These bridges mostly occur because of erosion in the karstic areas rather than the areas with lithological units (Jennings, 1971:102; Zeybek, 2004; Zeybek vd. 2015; Doğan 2015:415). They depict different shapes depending on the occurrence. They occur when the river water seeps into the underground and forms a stream for a while and then this water comes up to the surface flowing in a valley.

Natural bridges also occur in limestone areas with cracks and on the flowing rivers. In such an area, the flowing water washes away the riverbed easily as the cracks are unresistant to the water. Depending on the seasonal flowing regime of the river, the river water seeps into the underground through the cracks and forms a cavity there. The accumulated water in the cavity forms a stream in the following period occurring the width of it. In the next process, when the flowing water becomes less, it returns to its old river bed that occurred in the cavity underground and it enlarges the cavity. At the end of the process, the flowing water comes up to the surface and continues to flow in the riverbed. (Cleland, 1910:316).



The natural bridges occur in the karstic areas depending on the accumulation of the travertine. The accumulation of calcite depending on the evaporation of large water sources on the slopes or the loss of the carbon dioxide is effective to the formation of the natural bridges. This process takes a long period of time and the accumulation of travertine develops and becomes large in the river valley slopes where the river provides its source. When the accumulation of the travertine reaches the other side of the river, the formation of the natural bridge realizes (Cleland, 1910; 320; Jennings, 1971;102; Jennings ve diğ., 1976;239; Bayari, 2002;581; Williams, 2003;221; Huggett, 2011; 415; Doğan, 2015;415).

As seen, natural bridges can occur depending on the different mechanisms happen on the surface of the Earth. However, there are three mechanism that cause the formation of natural bridges in the karstic areas. The first one is the river water passing through a narrow limestone structure is blocked because of the accumulated travertine and it causes the formation of the natural bridge. The second mechanism is the collapse of some part of the roof of the cave and the other part does not. The grapping events are effective during the river erosion in the area on the formation of the natural bridges. In the rivers which show meandering features, the caves on both sides of the meanders develop in certain time and the natural bridges occur in places where they split the limestone between them (Jennings, 1971;102; Doğan 2015;415).

There are limited number of studies on natural bridges in Turkey. Bayari (2002), Zeybek (2004), Polat (2011), Zeybek et al. (2015) carried on studies on natural bridges in which they gave knowledge about the formation and morphological features of the natural bridges situated in different places in Turkey. This study aims to describe the formation and the morphometric features of the natural bridge situated in the Kayabaşı village near Ulus, the town of Bartın city. It also aims to come up with new ideas about the protection and the sustainable usage of the mentioned natural bridge.

### **Method and Materials**

While designing the study, the natural bridge and the bed of the river flowing below and the places of the caves, their metric and morphological features formed in the bridge and its environment have been determined. During the study realized in the area, the coordinates and height measurements have been performed by using Garmin Oregon 550 GPS device. The height and width of the bridge and the length, width and the height of the saloons have been performed by LiecaDisto D810 laser meter. The photographs of the bridge have been taken by using DJI Phantom 4 Pro Plus drone.

### **The Kayabaşı Natural Bridge and Natural Features**

The Kayabaşı natural bridge is situated in the southwest of the Küre mountains in the west region of the Blacksea Region. The Kayabaşı bridge is in the town of Bartın within the borders of the Kayabaşı village and it is located on the Kayabaşı stream which is one of the branches of the Ova stream of Ulus river. The south entrance of the natural bridge is at 41° 29' north -32° 38' east, the exit which is in the north is at 41° 29' north -32° 38' east coordinates. The Kayabaşı village where the natural bridge located is 20 km from the Ulus town on the Bartın-Karabük highway just after the Abdipaşa village. When you follow the highway to the Karabük direction, you reach the Ulupınar village after 10 km and there is a junction of the Kayabaşı-Karakışla villages. After 5 km from the junction you drive on a road which is rough, you can reach the natural bridge at the entrance of the Kayabaşı village. The natural bridge is 35 km away from Ulus, 55 km from Bartın, 200 km from Kastamonu, and 50 km from Karabük.

### **The Formation and The Morphometric Features of The Kayabaşı Natural Bridge**

The Kayabaşı natural bridge occurred on the area with lower cretaceous aged, sandstone, shale, conglomerate and limestone named the Ulus formation. The presence of the limestones in the area have a great effect on the formation of the natural village. The limestones with cracks on them cover a large area in the Ulus formation massively and they seem to be small islands partially distributed on the area where the natural bridge occurred. At the end of the analyses on the limestone samples taken from environment of the natural bridge, CaO average rate is 58%, MgO rate 0,31%. At the end of the modal mineralogic analyses of the samples it is determined that dolomite is 1,28 % and calcite (CaCO<sub>3</sub>) is 98,72%. As the limestones in the area has cross-sectional features with cracks on them, the surface water easily seeps into the underground.

The Kayabaşı stream forms a valley because of the types of limestones depending on the first inclination. The stream deepens its bed in a period of time and embedded to the bottom of the valley. There are slopes called Kıranardı, Değirmenburun and Boynuzkıran on the 450-500 m heights in the south and the north of the Kayabaşı stream valley. It is thought that the Kayabaşı stream flows 400-500m above at the end of the Pleistocene. Changes in the climate with high moisture seen at the end of the upper Pleistocene and the tectonic activities happened in the Kayabaşı stream help the stream embedded to the soil with cracks from the surface of the native rock. The shoulder flats in the main valley proves the formation of the bridge. The Kayabaşı stream goes into the underground through the cracks in the limestone.

The stream water sometimes seeps into the underground with the help of alluviums found at the bottom of the stream. When there is less water in the stream, the source water which rises from 50 m away from the entrance flows 15 m on the surface and seeps into the underground in the natural bridge.

With the formation of the natural bridge, the massive limestone structure enlarges the riverbed and the riverbed collapses 35 m. The travertine formation starting from slope of the valley at the entrance of the bridge to the Kayabaşı village can be accumulated after the formation of two natural bridge occurred by the stream. Moreover, the cave occurred in the travertine located in the east slope of the valley of the stream supports this idea. At the end of the Upper Pliocene period, the changes in the climate and the tectonic activities in the area enlarges the cavity formed by the Kayabaşı stream and stalactites, stalagmites and columns are occurred in the cavity related to the rainwater seeping into the underground. The Karstic shapes occurred in the cavity of the natural village called "İn Mağarası" by the local people still has been developing.

The length of the Kayabaşı Natural Bridge is about 58,60 m from the entrance where there are 3 caves with different dimensions to the exit of the stream water. The entrance of the bridge is 261 m and the exit part is 260 m above the sea level. There is 1 m. height difference. There is 17 m. height difference between the bottom of the valley at the entrance and the top level of the bridge. This height difference reaches to 18 m. at the exit point of the bridge. There are three caves on both slopes of the Kayabaşı natural bridge at the entrance.

There is a large main saloon under the natural bridge occurred by the Kayabaşı stream with the total length 58,60 m. The entrance of the main saloon is at  $41^{\circ} 29,984'$  north- $32^{\circ} 38,558'$  east coordinates and it is 261 m above the sea level. The width of the entrance is 7,45 and the height of the ceiling is 2,72 m. The west wall of the main saloon shows a smooth surface starting from the entrance of the natural bridge to the exit with some curls. But, the east part of the main entrance makes indentations and becomes more complicated. There is a large pouch near the entrance in the east of the main saloon. This part causes the enlargement of the main saloon by making 6 m. indentation in the east direction. Moreover, the main saloon is rich in drop-shaped ornaments such as stalactites, stalagmites and columns. The exit part of the Kayabaşı natural village is at  $41^{\circ} 29,962'$  north- $32^{\circ} 38,494'$  east coordinates and its altitude 260 m from the sea level. The width of the place where the river starts flowing from the natural bridge is 7,62 m and the height of the roof is 2,45 m. The interesting feature at the entrance of the Kayabaşı natural bridge is the presence of large blocks fallen down from the slopes of the valley and drifted by the river during the high-water level. These blocks cause the flowing direction of the river in the period when the water level is high.

### **Conclusion and Suggestions**

In this study, the natural features, the formation and morphometric features of the Kayabaşı natural bridge and its environment have been investigated. The natural bridge is located 35 km away the Ulus town and at the entrance of the Kayabaşı village. The length of the bridge is 58,60 m and its height from the river flowing below is 18 m and carries the same name with the village.

The natural bridge is not known by the local people who live in Ulus. The first thin that should be done is to make it well known. For the purpose, the bridge should be added to the tourism brochures of the district. There are no notices found about the bridge between Ulus and the Kayabaşı village. Some notices should be erected about the bridge at appropriate places starting from the town, Ulus. In addition, a notice should be erected at the entrance of the bridge about the features of the bridge.

# Çocukların Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Araştırma<sup>1</sup>

## A Research on Children's Use of Social Media

Zafer Güney<sup>2</sup>

### Öz

Bireylerin kültürel ilişkilerinde ihtiyaç duyulan etkileşim, iş birliği ve karşılıklı iletişimin yerini, gelişen teknolojik araçların kontrolü altına giren iletişim kanalları almaya başlamış, bu araçlar ile çoğunlukla klavye üzerinden iletişim biçimi kurulan bir dil oluşmuştur. Sosyal medya ile ilişki düzeyleri çocukların yaşlarına, gelişimlerine, kültürel ve çevresel faktörleri ile doğrudan bağlantılı olarak farklılıklar gösterebilmektedir. Ancak çocuklar üzerinde sosyal medyanın bıraktığı izler olumlu olabileceği gibi istenirse dahi olumsuz da olabilmektedir.

Bu çalışmada, beşinci sınıfta öğrenim görmekte olan öğrencilerin, sosyal medya kullanım düzeylerinin ve bu düzeylerin cinsiyet, paylaşım sıklığı, araçları tercih ve öğrenme yolları gibi değişkenlerle bağlantılılarının saptanması hedeflenmiştir. Bu araştırma tarama modeli kullanılarak ve 2018 yılında İstanbul ilinde öğrenim görmekte olan 222 beşinci sınıf öğrencisinin katılımı ile yapılmıştır.

Gerçekleştirilen çalışma ile öğrencilerin sosyal medya kullanım durumları; cinsiyet, sosyal ağ kullanımı, yaş, kullanılan sosyal medya araçları, paylaşım sayıları, sosyal medya ile nasıl tanıştıkları ve sosyal ağlarda aktif olma sürelerine göre incelenerek öğrencilerin sosyal medya kullanım durumları arasında farklılıklar bulunup bulunmadığına bakılmış ve elde edilen veriler ışığında neden sonuç ilişkileri ve sosyal medyanın olumsuz etkilerinin nasıl azaltılabileceği tartışılmıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular yasal durum ve taraf olduğumuz uluslararası anlaşmalar boyutu ile tartışılarak gelecek çalışmalara yönelik düşünceler sunulmuş, sosyal medyanın çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerinin nasıl azaltılabileceği tartışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal medya, sosyal medya kullanımı, sosyal medyanın olumsuz etkileri

### Abstract

*The interaction, cooperation and mutual communication needed in the cultural relations of individuals has been replaced by the communication channels that have been under the control of the developing technological tools. The levels of relationship with social media can vary directly in relation to children's ages, development, cultural and environmental factors. However, the effects of social media on children may be positive or negative.*

*The aim of this study is to determine the social media usage levels of fifth grade students and their relationships based on gender, social network usage, age, social media tools, a number of shares. In the light of the data obtained, the relationship between cause and effect and the negative effects of social media are also discussed.*

*The survey research was used in the study and it was carried out with 222 fifth grade students who were studying in Istanbul in 2018. As a result of the research, the attitudes of students towards social media; it was searched whether there were any differences according to the social media tools of membership, duration of use, frequency of use, the average time spent on social media, and the social media tool they mostly use. The results obtained from the study were discussed legal basis and suggestions for the future researches were discussed with the negative effects of social media on children.*

**Keywords:** Negative effects of social media, social media use, social media.

### Araştırma Makalesi [Research Paper]

**Submitted:** 26 / 12 / 2019

**Accepted:** 12 / 02 / 2020

<sup>1</sup> Bu çalışma 02-04 Mayıs 2019 tarihinde Kırşehir'de düzenlenen 13. Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumu'nda sunulan bildiri özetinden türetilmiştir.

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, zaferguney@aydin.edu.tr, Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1974-4264>

## Giriş

Geleceğimizin güvencesi olan çocuklar, günümüzde sosyal medya araçlarından oldukça fazla etkilenmektedirler. Sosyal medyadan etkilenme düzeyleri çocukların yaşlarına, gelişimlerine, sosyal ve çevresel faktörlerine bağlı olarak farklılıklar gösterse de sosyal medyanın çocuklar üzerinde bıraktığı etki olumlu olabildiği gibi olumsuz da olabilmektedir.

1960'lı yıllarda ARPA-NET projesinin ortaya çıkışından, 1970'lerde TCP/IP protokolünün geliştirilmesiyle farklı tipte yer alan ağlar arası iletişim kurulmuş, 1990'lı yıllarda metinsel verilerin paylaşımını hipermetin tabanlı verilerin paylaşımı, sonrasında ise grafik tabanlı verilerin paylaşımının sağlanması ile gelişim devam etmiştir. Ülkemizde ise 1993'ten itibaren ODTÜ ile başlayan ağ bağlantıları, 1997'de ULAKNET, 2000'li yıllardan sonra ise ticari olarak yayılmaya başlamıştır.

Sosyal medyanın gelişim süreci ise başlangıcında sadece site sahiplerinin veri girebildikleri süreç etkileşim unsurlarının kullanılmasının ardından, yorumlar, forumlar, blog ve paylaşım sitelerinin artmasıyla beraber fotoğraf paylaşımları, Flickr gibi fotoğraf paylaşımlarının ardından Youtube, Facebook kullanımı ve Twitter'in ortaya çıkması, hızla gelişen teknoloji ile dünyamız sosyal ve teknolojik bir köy haline almış sosyal medya platformlarının iskelet altyapısı ya da bir başka deyişle, insanın ilgi ve algısal faktörleriyle yükselen bir eğilim gösteren bu araçlar kendisine bir yaşam alanı oluşturmuştur.

Zihinsel yeteneklerin etkili biçimde ele alındığı ve bireylerin pasif durumda yer almadığı İnternet etkinliklerinin bilişsel gelişimi olumlu yönde etkilemesi beklenmektedir. Diğer taraftan, kritik niteliklere sahip olmayan yazılımlar ve aktivitelerin geniş bir şekilde kullanıldığı görülmektedir. Özellikle çocuklar ile gençler için kaliteli ve öğretimsel internet etkinliklerine katılmanın önemi çok fazladır. Yani bilişsel gelişimde belirli beceriler edinmek için kritik dönemler bulunmaktadır. Bilgisayarlarla zaman harcamak, çocuklarla etkileşim içerisinde olmak, iç süreçlere dikkat çekmek ve odaklanmak gibi önemli bilişsel faaliyet yerini aldığı anda, elde edilemeyen bu beceriler çok zor olabilir ve bazen telafi etmek imkânsız olabilir. (Akbulut, 2013; Ceyhan ve Ceyhan, 2011).

Sosyal medya kimlik verileri olsun olmasın bireyler arasında herhangi bir ayrıcalığa sebep olmadan, etkileşimsel uzaklıktan faydalanarak eşit bir ortam sağlayan, kullanımı ve erişimi oldukça basit paylaşımı etkileşim tabanlı sunan ve bir anda çok sayıda insana ulaşabilen bir araç şeklinde tasarlanarak insanların kullanımına sunulmuş, çok hızlı bir şekilde yönü belirli bir trend haline gelmiştir. Bununla birlikte, medyada faaliyet ya da faaliyetlerde bulunanlar, yaptıkları işten bağımsız olarak, ürettikleri içeriğin çocuklara ulaştığının farkındalığı ve sorumluluğu ile hareket etmelidir.

## 1. Sosyal Medya ve Özellikleri

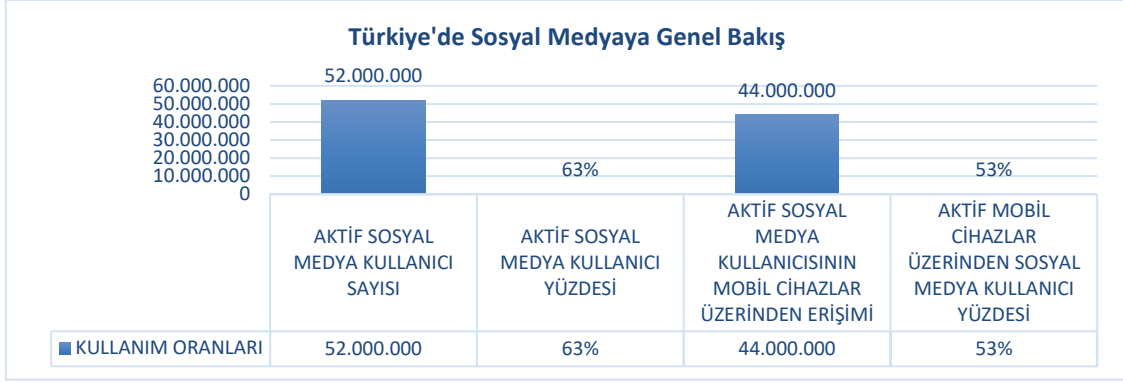
Sosyal medya, ağ sistemleriyle etkileşim sağlayan (Boyd, 2008; Öztürk ve Talas, 2015), iş birliği yapma ve veri paylaşımı yapmaya izin veren uygulamalar (Bryer ve Zavattaro, 2011; Mazman ve Usluel, 2011; Sistek-Chandler, 2012) olarak tanımlanabilir. Kullanıcılara sosyal dünyalar sağlayan araçlar, kullanıcının profil oluşturabildiği ve kendisini diğer kullanıcılara bağlayan kişisel bir ağ kurabildiği, çevrimiçi konumlar olarak da tanımlanabilir (Lenhart ve Madden, 2007; Mazman, 2009; Safko, 2010). Mayfield (2008) ise sosyal medya için "en üst düzeyde paylaşım, çevrimiçi medya fırsatı sunan en yeni fikirlerden biridir" demiştir.

Weinberg (2009) ise sosyal medyayı "bilginin, farklı düşünce ve deneyimlerin kamu oluşumlu web sitelerince paylaşımına olanak tanıyan ve internet dünyasını hızla hayatımıza yerleştiren bir uygulama alanı" olarak tanımlamıştır. Laird (2014) bilgi ve içerik paylaşımıyla, fikir alış-verişiyle, yorumlar ve kişisel mesajlarla (Gunelius, 2011) iletişim sağlayan bir grup kurma amacına değinmiştir. Rao ve Shalini (2013) de sosyal medyayı, kullanıcı tarafından geliştirilmiş içeriklerin dağıtılması veya çevrimiçi topluluklara katılma olanağı sunan internet uygulamaları olarak görmektedir.

Sosyal paylaşım ağları, sosyal iletişim araçları, internet aracılığı ile oluşturulan ortamlar göz önüne alındığında, kullanıcıların eğitim ve sosyoekonomik durumlarından bağımsız olarak en belirgin büyüyen tarafta yer almaktadır (Labus ve diğerleri, 2012; Lin ve Lu, 2011; Sistek-Chandler, 2012).

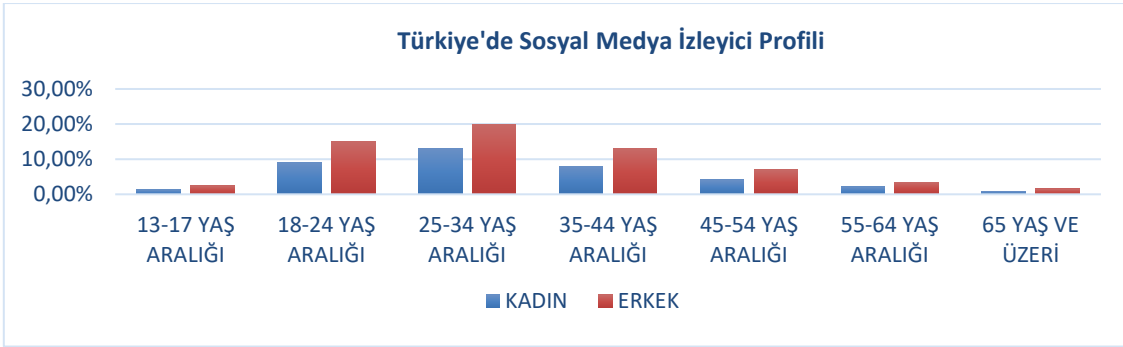
Gürsakal (2009) sosyal medyanın özelliklerini beş temel başlıkta toplamıştır; sosyal medyanın katılımla, medya ve izleyicilerin arasındaki çizgiyi ortadan kaldırdığını, içeriğe erişmek için mümkün olduğunca çok engelin ortadan kaldırılarak açıklık getirildiğini ve karşılıklı konuşma ve etkileşimle bireylere iki yönlü iletişim sağladığını belirtmektedir. Ayrıca son zamanlarda yaşanan toplumsal olayların birden büyümesi, insanlar arasındaki ilişkilerin gücü ve etkisi ile grupların yönlendirilmesi birbirine bağlandığında sosyal araçların kitlesel etki ve özelliklerinden bahsedilebilir. Mayfield (2008) ise bu özellikleri katılım, açıklık, iletişim, toplum ve bağlantılılık olarak sıralamıştır. Sosyal medyanın hızla yayılması ve toplulukları hızla etkilemesi göz ardı edilemeyecek bir özelliktir. Bu avantaj sayesinde insanlar arasında çok hızlı bir etkileşim oluşmakta ve toplulukları harekete geçirebilmekte, saatler içinde topluluğun ortak görüşü oluşabilmektedir

**Tablo 1. Sosyal Medya Kullanım Oranları**



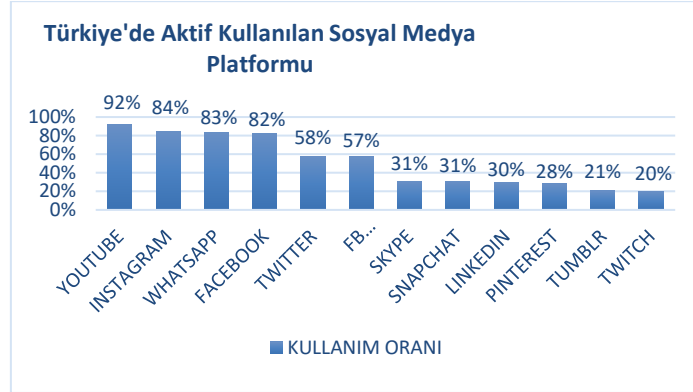
Kaynak: Digital, 2019

**Tablo 2. Sosyal Medya İzleyici Profili**



Kaynak: Digital, 2019

**Tablo 3. Aktif Kullanılan Sosyal Medya Platformlarının Kullanım Oranları**



Kaynak: Digital, 2019

We Are Social ve Hootsuite (2019) işbirliğiyle hazırlanan Digital 2019 araştırmasının Türkiye sonuçlarından sosyal medya ile ilgili kısımları göz önüne alındığında internet kullanıcısı 2018'e göre %9 (5 milyon) artarak nüfusun %72'sine (59.36 milyon) ulaşmıştır. Sosyal medya kullanımı ise 2018'e göre 2 milyon artmış, nüfusun %63'üne (52 milyon) ulaşmıştır (Tablo 1). Mobil sosyal medya kullanımında ise 2018'e göre nüfusun %53'ü (44 milyon) etkin kullanıcıdır. Türkiye'deki kullanım dağılımları Tablo 1'de, izleyici profilleri Tablo 2'de ve aktif olarak kullanılan platformlar Tablo 3'te gösterilmektedir.

Facebook'un 43 milyon kullanıcısı bulunmaktadır ve erkeklerin daha fazla kullandığı bir platform olduğu görülmektedir (Geçtiğimiz seneye göre kullanıcı sayısı %2,3 azalmıştır). Instagram üzerinde 38 milyon kullanıcı bulunmakta ve Facebook gibi erkeklerin daha fazla kullandığı bir platform olduğu görülmektedir. Twitter Türkiye'de 9 milyon kullanıcıya sahip ve yüzde sekseninin erkek kullanıcı olduğu görülmektedir.



## 2. Sosyal Medya Türleri

Sosyal medya araçları bireylerin ilgileri ile oluşturdukları trend doğrultusunda geniş bir perspektif ile kültür içerisinde kendilerine yer edinmişlerdir. Çünkü mevcut sosyal ağlar bireylerin bilgi alışverişinden eğitim, izleme, alışveriş alışkanlıklarına kadar yön veren etkileşimli araçlardır. Sosyal medya türleri, insanların bilgi alışverişinde bulunabildikleri sosyal ağlar, weblog veya ağ günlüğü de denilen bloglar, üzerinde düzenleme yapılabilen halka açık belgeler bütünlüğü oluşturan wikiler, üye olarak kullanılan ses ve görüntü dosyalarının yer aldığı podcastlar, çoklu kullanıcının tartışma ortamlarında oluşan forumlar, sadece belirli içeriğin yer aldığı fotoğraf ve video gibi içerik toplulukları ve mobil araçların ağırlıklı kullanıldığı az bir içeriğin paylaşılabilirdiği mikrobloglama olarak sıralanabilir. Lenhart ve Madden (2007), bu araçların yoğunlukla kullanılanlarını; Video paylaşım aracı olarak, Vimeo, Dailymotion, Youtube, fotoğraf paylaşım ağları olarak Instagram, Flickr, mikroblog olarak Twitter, sanal oyunlar ve ortamlar olarak, Sims, Assasins Creed kişisel blog olarak Blogspot,(e gunce) Wordpress, Facebook ve Linked-In in yoğunlukla kullanıldığını belirtmektedir. Facebook, Twitter, LinkedIn, Myspace gençler ve diğer gruplar tarafından yaygın olarak kullanılan sosyal ağ siteleridir (Chen ve Bryer, 2012; Çavuş, Ertaç-Varoğlu ve Serdaroğlu, 2012; Mazman ve Usluel, 2011; Eren, 2014; Wang, Chen ve Liang, 2011).

Literatür incelendiğinde, sosyal medya araştırmalarının çoğunun lisans öğrencileri, yetişkinler ve eğitimciler için yapıldığı, orta ve lise çağında yer alan grupla yapılan çalışmalara ise diğerlerinden daha az karşılaşılmaktadır (Clarke, 2009; Eren, 2014; Ito ve diğerleri, 2010; Kert, 2011). Orta ve lise öğrencileri arasında sosyal medyanın yaygın olarak kullanılması, bu grupla ilgili çalışmaları zorunlu kılmaktadır.

## 3. Yöntem

Bu çalışmada, öğrencilerin sosyal medya kullanımlarının birtakım değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla betimsel tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modeli, geçmiş veya şimdiki bir durumu olduğu gibi tanımlamayı amaçlayan bir çalışma yaklaşımıdır. Çalışmanın konusu olan birey veya nesne, onu kendi koşullarında ve olduğu gibi tanımlamaya çalışır. Bunları hiçbir şekilde değiştirme veya etkileme girişiminde bulunulmaz (Karasar, 2007). Araştırmacılar, aynı soruları cevaplayan denekler ile birden fazla değişkeni ölçer ve birden fazla hipotezi test eder. Bu sayede geçmiş davranışlardan, deneyimlerden veya özelliklerden zaman sırasıyla çıkarım yapar (Neumann, 2007).

Araştırmada evren olarak İstanbul ilinde yer alan ortaokul beşinci sınıf öğrencileri seçilmiştir. Bu çalışma 2018 yılında uygun örneklem olarak seçilen iki özel ve bir devlet ortaokulunda öğrenim gören ortalama 11 yaşında 222 beşinci sınıf öğrencisinin, sosyal medya kullanım durumlarını ortaya koymak, sosyal medya kullanımlarında birtakım değişkenlerin etkili olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılmış olup çalışma sonunda öğrencilerin sosyal medya kullanımlarının nasıl azaltılabileceği uluslararası sözleşmeler ile yasal düzenlemeler ışığında göz önüne alınarak tartışılmış ve araştırma kapsamında aşağıdaki sorulara yanıtlar aranmıştır.

1. Öğrencilerin, sosyal medya kullanım düzeyleri nasıl bir dağılım göstermektedir?
2. Öğrencilerin, sosyal medya kullanımları ile cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?
3. Öğrencilerin, sosyal medya kullanım süreleri nasıl bir dağılım göstermektedir?
4. Öğrencilerin, sosyal medya araçlarını tercih edişleri bakımından nasıl bir dağılım göstermektedir?
5. Öğrencilerin, sosyal medyada paylaşım sıklığı bakımından nasıl bir dağılım göstermektedir?
6. Öğrenciler sosyal medyayı öğrenme yolları bakımından nasıl bir dağılım göstermektedir?

### 3.1. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmanın verileri örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya kullanımları ve demografik özelliklerini belirlemek üzere geliştirilmiş olan “Kişisel Bilgi Formu” ve araştırmacı tarafından hazırlanan “Sosyal Medyanın Çocuklar Üzerinde Etkisini” belirlemek için geliştirilen anket vasıtasıyla elde edilmiştir. Uygulanan ölçme aracının ilk kısmında bulunan “kişisel bilgi formu” araştırmacı tarafından geliştirilmiş olup, öğrencilerin kişisel bilgilerini belirlemek için hazırlanmış ifadelerden oluşmuştur. İkinci bölümde bulunan “sosyal medyanın çocuklar üzerinde etkileri” hakkında geliştirilen ölçme aracının geçerliliği ve güvenilirliği ölçülerek 5’li likert tipi ölçme aracı oluşturulmuştur. Likert tipindeki derecelmeler; “Tamamen Katılıyorum”, “Katılıyorum”, “Kararsızım”, “Katılmıyorum”, “Kesinlikle Katılmıyorum” şeklindedir. Ölçek maddeleri 5’ten 1’e doğru puanlandırılmış olup, “Tamamen Katılıyorum” derecesine 5 puan karşılık gelirken “Kesinlikle Katılmıyorum” derecesine 1 puan karşılık gelmektedir. Yani madde puanları 1’den 5’e doğru arttıkça kullanım düzeyi de artmaktadır.

### 3.2. Verilerin Analizi

SPSS 20.0 (Statistical Packet for Social Sciences) yazılımı, cevabı aranan alt sorunlara yönelik ölçme aracıyla elde edilen verilerin istatistiksel analizinde kullanılmış ve anlamlılık düzeyi .05 olarak alınmıştır. Betimsel istatistik yöntemlerinden (f)

frekans ve (X) aritmetik ortalama analizi yapılmış, bağımsız değişkenler arasındaki farklılıkların tespiti için ise t-testinden yararlanılmıştır.

#### 4. Bulgular ve Yorumlar

##### 4.1. Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Düzeyleri Nelerdir?

**Tablo 4. Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Durumları**

		N	%
Sosyal medya kullanımı	Evet	189	85,9
	Hayır	31	14,1
	Total	220	99,1
Kayıp		2	,9
Toplam		222	100,0

Tablo 4'te öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun bir sosyal medyaya üye olduğu görülmektedir. Öğrencilerin %85,9'u üye olduğunu ifade ederken, sadece %14,1'i üye olmadığını belirtmiştir. Örneklem grubunun büyük bir çoğunluğu (%85) sosyal ağ kullanmaktadır. Araştırmada sosyal medya kullanan 189 öğrencinin verdiği cevaplar kullanılmıştır.

##### 4.2. Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımları ile Cinsiyetleri Arasında Anlamlı Bir Fark Var mıdır?

Öğrencilerin sosyal medyayı kullanma amaçlarının cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için bağımsız örneklem t-testi kullanılmıştır (Büyüköztürk, 2009). Bu tür bulgular sadece çevre bağlamında düşünülmemelidir. Ülkemizde cinsiyet, bilgisayar ve internet kullanımı ile ilgili önemli değişkenlerden biri olarak gösterilebilir. Neredeyse tüm teknolojilerde ulusal veya uluslararası düzeyde yapılan araştırmalarda cinsiyet değişkeni de göz önünde bulundurulur ve kadınlar ve erkekler arasında süre, sıklık, biçim ve ilgili teknolojik yeterlilikler açısından farklılıklar gözlenir. Dijital yerliler denilen yeni nesil göz önüne alındığında, kadın ve erkek kullanıcılar arasındaki farkın günden güne azalmakta olduğuna dair çıkarımlar bulunmaktadır (Dresang, Gross ve Holt, 2007). Dijital 2019 raporundaki verilere göre, bazı sosyal medya araçlarının cinsiyete göre kullanım oranları da Tablo 5'te gösterilmektedir.

**Tablo 5. Sosyal Medya Araçlarının Cinsiyete Göre Kullanım Oranları**

Sosyal Medya	Kullanıcı (milyon)	Erkek %	Kadın %
Facebook	43	64	36
Instagram	38	59	41
Twitter	9	81	19
Snapchat	6,35	30	68
Linked-In	7,30	67	33

**Kaynak:** Digital, 2019

**Tablo 6. Öğrencilerin Cinsiyet Dağılımları**

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kız	85	45,0	45,0
	Erkek	104	55,0	55,0
	Toplam	189	100,0	100,0

Tablo 6 incelendiğinde öğrencilerin cinsiyetlerinin yaklaşık bir dağılıma sahip olduğu söylenebilir. Kızlar %45 orandayken, erkeklerin oranı ise %55'tir.

**Tablo 7. Öğrencilerin Cinsiyetleri ile Sosyal Medya Kullanımları Arasında Yapılan Bağımsız Grup t testi sonuçları**

Boyut		N	X	Ss	t	df	P
Cinsiyet	Kız	85	3,2597	,64983	-1,504	187	0.134
	Erkek	104	3,4142	,74242			

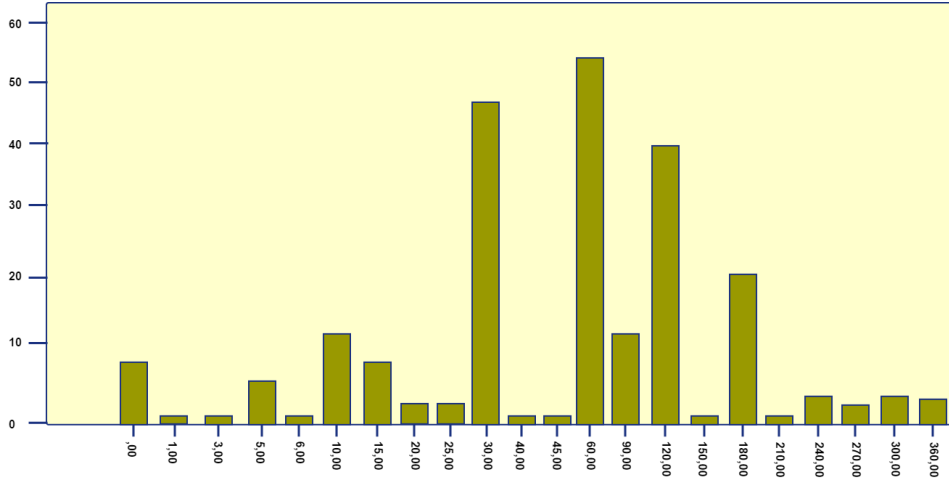
Araştırma sonucuna göre örneklem grubunun cinsiyetleri ile sosyal medya kullanım durumu arasında cinsiyetlerine göre bağımsız grup t-testi ile karşılaştırılmıştır (Tablo 7). P değeri ,134 olarak bulunmuş ve 0,05'den büyük olduğu için cinsiyet değişkenine ilişkin olarak yapılan bağımsız grup t-testi sonucunda öğrencilerin cinsiyetleri ile sosyal medya kullanımları arasında anlamlı fark bulunamamıştır.

**Tablo 8. Öğrencilerin Sosyal Medyayı Kullanmaya Başladıkları Yaş ve Sosyal Medya Kullanımları Arasında Yapılan Korelasyon Sonuçları**

		Başlama yaşı	Md. ort
Başlama yaşı	Pearson Korelasyon	1	,055
	Anlamlılık (2 kuyruklu)		,453
	N	187	187
Md. ort	Pearson Korelasyon	,055	1
	Anlamlılık (2 kuyruklu)	,453	
	N	187	189

Öğrencilerin, ölçme aracından elde edilen verilerin ortalamaları ve sosyal medyayı kullanmaya başladıkları yaşa göre korelasyon sonuçları  $r(187) = .06$ ,  $p = .45$  olarak bulunmuştur. Sig.(2- tailed) = ,453 yani 0,05 den büyük olduğu için aralarında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Aynı şekilde yapılan korelasyon analizinde elde edilen pearson korelasyon katsayısının da 0'a çok yakın olması bu sonucu desteklemektedir.

#### 4.3. Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Süreleri Nasıl Bir Dağılım Göstermektedir?



**Şekil 1. Öğrencilerin Sosyal Medya Günlük Kullanım Süreleri (Dakika)**

Öğrencilerin %31,3'ü sosyal medya sitelerini günde 30 dakikanın altında kullandığını belirtirken, %42,0'si ise günde 30 ile 120 dakika arasında kullandığını belirtmiş, %17'si 2 saat üzerinde kullanmakta ve %9,7'si bu soruyu boş bırakmıştır. Şekil 1. de çalışma grubundaki öğrencilerin sosyal medya kullanım süreleri gruplanarak toplanmıştır. Görüldüğü gibi öğrencilerin %73,3'ü günde 2 saatten az kullanmaktadır.

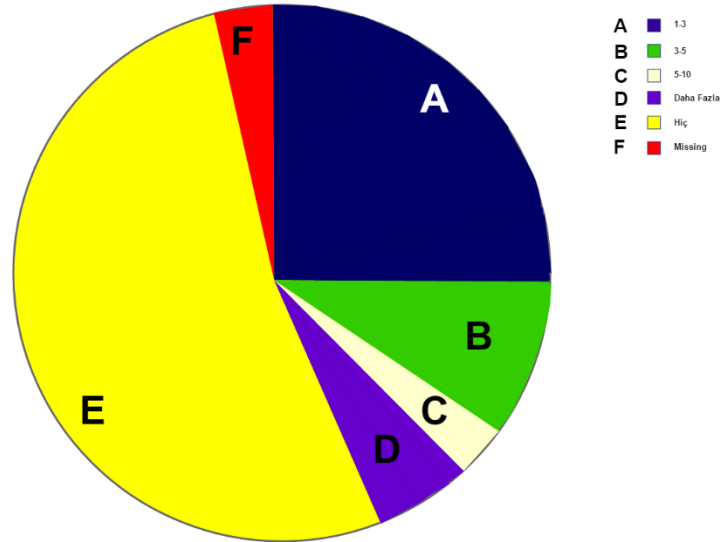
#### 4.4. Öğrencilerin Sosyal Medya Araçlarını Tercih Edişleri Bakımından Nasıl Bir Dağılım Göstermektedir?

Tablo 9. Öğrencilerin Sosyal Medya Araçlarını Tercih Etme Durumları

		Responses	
		N	Percent
Sosyal_ag	Facebook	138	31,3%
	Twitter	33	7,5%
	Instagram	87	19,7%
	Youtube	183	41,5%
Total		441	100,0%

Öğrencilerin birden çok cevaplayabildiği “hangi sosyal medya araçlarını kullandıkları” sorusuna öğrenciler büyük oranla %41,5 Youtube cevabını, %31,3’ü Facebook cevabını, %7,5’i Twitter, %19,7’si Instagram cevabını vermiştir. Tablo 9’a göre öğrencilerin arasında Youtube kullanımının çok yaygın olduğu söylenebilir.

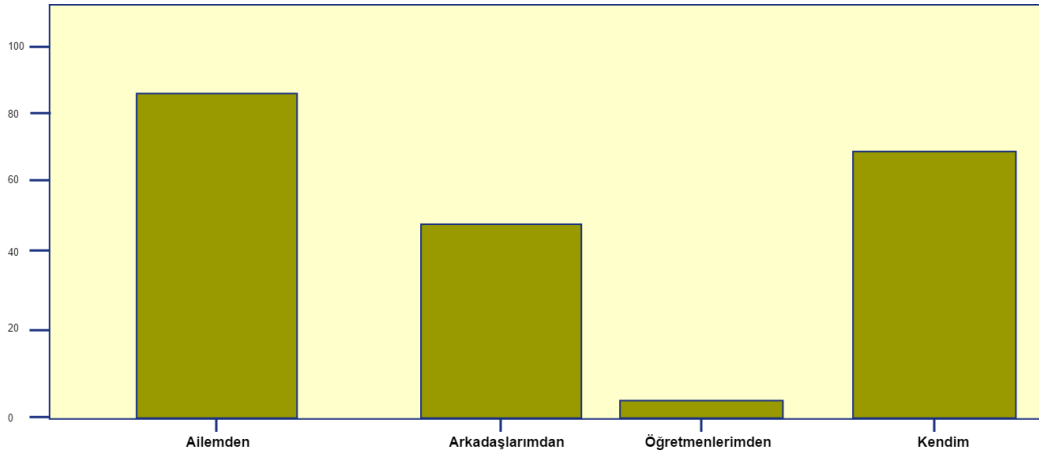
#### 4.5. Öğrencilerin Sosyal Medyada Paylaşım Sıklığı Bakımından Nasıl Bir Dağılım Göstermektedir?



Şekil 2. Öğrencilerin Sosyal Medyadaki Günlük Paylaşım Sayıları

Şekil 2’de öğrencilerin haftalık paylaşım sayıları ile ilgili soruya verdiği cevaplarda %51,8’i hiç paylaşım yapmadığını, %26,6’sı 1-3 paylaşım yaptığı, %12,6’sı 4-10 arası paylaşım yaptığı, %5,4’ünün 10’dan fazla paylaşım yaptığı, %3,6’sının ise bu soruyu yanıtlamadığı görülmüştür. Öğrencilerin çoğunluğu hiç paylaşım yapmadıklarını belirtmişlerdir.

#### 4.6. Öğrencilerin Sosyal Medyayı Öğrenme Yolları Bakımından Nasıl Bir Dağılım Göstermektedir?



Şekil 3. Öğrencilerin Sosyal Medyayı Öğrenme Yolları

Yukarıdaki Şekil 3'te öğrenciler, sosyal ağları nasıl keşfettiği hakkında sorulan soruya %40,1 ile aile, %31,1 ile kendisi, %22,1 ile arkadaşlarından öğrendikleri cevabını vermişlerdir. Öğrencilerin sosyal medya ile ilk karşılaşmaları aileler tarafından gerçekleştirilmektedir.

Ölçme aracının cronbach's alfa katsayısı .832'dir. Bu teste göre, anlamlılık düzeyi 0,05'ten yüksek olduğundan, ölçme aracının güvenilir olduğu söylenebilir (Akgül ve Çevik, 2003).

## Sonuç ve Değerlendirme

Çok kısa sayılabilecek bu süreç içerisinde yetişkinlerde meydana gelen etki aynı periyot içerisinde çocuk ve ergenlerin kültürel gelişiminde de etkili olmaktadır. Çocukların internet ile teknolojik aletleri kullanım yaşları düşerken, kullanım oranları da hızla artmaktadır.

Sosyal medya araçlarının, çevresindeki tehlikelerin varlığını göremeyen çocuklar üzerinde nasıl etki bırakabileceği, eğitimleri boyunca kültürel çevrelerinde rol üstlenen yetişkin ve arkadaşlarının farkındalıkları ile yol bulacaktır. Birçok durumda sosyal medyada yer alan popüler kişilerin paylaşım ve yorumları çok ünlü, etkili, bilinen gazeteci ve uzmanlar kadar etkili olabilmektedir (Breakenridge,2009).

Farklı bakış açısıyla yaklaşıldığında, aslında ardında neler barındırdığı endişe ile izlenen, ne kadar masum görülse de yüzyıllardır bilinçaltına yerleştirilmiş olan ortak ahlak, din, güvenlik vb. kuralların nasıl etkilenebileceğini televizyonda yirmi yıl önce gözlemlediğimiz ve yaşadığımız boyutun önümüzdeki on yıl içinde sosyal medya araçları ile bireysel olarak büyümekte olan çocuklarımızı evrensel doğrulardan ziyade takip ettikleri grup ve bireylerin doğrularının etkileyebileceği düşünülmektedir.

Araştırma grubunda yer alan beşinci sınıf öğrencilerine 39 soruluk ölçme aracı uygulanmıştır. Ölçme aracı öğrencilerin sosyal medyayı nasıl keşfettikleri araştırılmış ve çoğu öğrencinin sosyal medyayı kullanmaya başlamalarının sebebi olarak aile ve arkadaşlarının etkisinde kaldıkları sonucuna ulaşılmıştır. Çocuklar sosyal medyayı kullanırken ailelerinin bilgisi dahilinde sosyal medyayı kullandıklarını belirtmişlerdir. Öğrencilerin sosyal medyada fazla paylaşım (1-5 arası) yapmadıkları (%37,5), araştırma grubunun yarısından fazlasının ise hiç paylaşım yapmadıkları (%50,1) sonucuna varılmıştır. Bunun nedeninin öğrencilerin büyük kısmının Youtube sosyal medya aracını kullandığı ve eğlence amaçlı videolar izledikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonucun bir avantaj haline dönüştürülerek çocukların yaş grubu ile bağlantılı olarak etkili, verimli ve ilgi çekici öğrenme ortamlarının oluşturulmasının önü açılabilir. Öğretim tasarım modelleri doğrultusunda, oyunlaştırılarak çocukların eleştirel düşünme ve sorgulama becerilerinin geliştirilmesine katkı sağlayacak sosyal araçlar, oyunlar tasarlanabilir. Sosyal medya araçlarının pedagojik açıdan bakıldığında aktif öğrenme, sosyal öğrenme, (Ferdig, 2007) işbirlikli öğrenme, durumlu öğrenme kuramlarını, eleştirel düşünme yaklaşımını (Bartlett Bragg, 2006) kapsadığı ifade edilmektedir. Bu kuramlarla beraber sosyal medya araçlarının kullanımı ile topluluk içerisinde aidiyet, kimlik ve kültür oluşumu ile birlikte yaşam içinde kendiliğinden, doğal olarak gözlem ve taklide dayalı gerçekleşen bir öğrenme ortamının oluştuğu söylenebilir.

Yukarıda yer alan veriler doğrultusunda; sosyal medyanın hayatımıza birçok açıdan etki ettiği, kolaylaştırarak eğlendiren bir araç olduğu, bunların yanı sıra aşırı kullanım durumunda, istenlik davranış değişimi sağlamasını beklediğimiz ortamın istenmeyen ve beklenilmeyen etkileri olabileceği kabul edilmelidir. Çocukların hayal dünyaları gelişirken örnek olabilecek ideal hür fikirlerle kurulması beklenen özgür hayallerle, eleştirel bakış açısı, yaratıcılarının gelişmesi beklenirken gerçek yaşamdan dahi çocukların uzaklaşmasına, hatta kendilerine ve çevrelerine zarar vermelerine sebep olabilmektedir.

## Öneriler

Teknolojik cihazların kullanımı, çocukların bilişsel ve duyuşsal gelişimlerine ilişkin endişe verici sonuçların önünü açmaktadır (Brown, 2011). Toplum temelli çalışmalar, erken çocuklukta teknolojik araçların aşırı kullanımının çocuklarda sosyal, bilişsel, duygusal, dilbilimsel ve motor gelişimindeki gecikmelerle ilişkili olduğunu göstermektedir (Pagani, Fitzpatrick, Barnett & Dubow, 2010). Bu çalışmalardan elde edilen bulgular arasında aşırı izleme süreleri, yetişkinlere yönelik içeriğin izlenmesi, televizyonla ebeveyn-çocuk arasındaki etkileşimin azalması ve aşırı sosyal medya kullanımı (Hinkley ve ark., 2014) sayılabilir.

Çocukların sosyal medya kullanımları ile ilgili süre ve arkadaş çevresinin, belirli kurallara bağlanması (Mustafaoğlu ve ark., 2018) her ne kadar çocuğun ruhsal, ahlaki ve zihinsel gelişimine yönelik birtakım haklarına sınırlama olarak görülse bile toplumsal sosyalleşme idealinde yerleşik etik iletişimin gerçek kültürde yerini bulması sürecinde çocuklar açısından sosyal ve kültürel yarar sağlayabilir.

Çocukların eleştirel düşünceye sahip, sorgulayıcı, yaratıcı becerileri gelişmiş birer birey olarak gelişimlerini sürdürebilmeleri, kendilerini koruyabilecek seviyede bilinçlendirilmeleri hepimizin sorumluluğundadır. Bu nedenlerle çocukları korumaya yönelik aşağıda yer alan gelişmeleri sıralayabiliriz.

Bunlara yasal ve toplumsal dayanak çerçevesinde, Çocuk Hakları Sözleşmesi (ÇHS) 1989 yılında ülkemiz tarafından da kabul edilmiştir. Burada çocuğun gelişimi ile ilgili yer alan maddelerde; her çocuğun, özellikle toplumsal, ruhsal ve ahlaki esenliği ile bedensel ve zihinsel sağlığını geliştirmeye yönelik çeşitli ulusal ve uluslararası kaynaklardan bilgi ve belge edinmesini sağlarlar (md/17). Ülkemizin de taraf olduğu ÇHS eğitimin, amaçlarına uygun olması gerektiğini belirtir (md28-29). Sözleşmede yer alan konularda devlete ve ailelere düşen görevlerin yerine getirilmesi gerekmekte olup, çocuklar için yapılan bu düzenlemelerin kamusal dava takibinden dahi önce görülmelerinin gerekliliği önemli görülmektedir.

Bu bağlamda Radyo Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Kanununda (6112) yayın hizmetlerinde, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimine zarar verebilecek türde içerik taşıyan programlar, bunların izleyebileceği zaman dilimlerinde ve koruyucu sembol kullanılsa dahi yayınlanamaz (md-8/2) demektedir. Çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimini olumsuz etkileyebilecek nitelikteki yayın hizmetleri, normal şartlar altında duymayacakları ve görmeyecekleri şekilde sunulmasını sağlamakla yükümlüdür (md-8/3).

Çocukların fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimine zarar vermemek, deneyimsizliklerini veya saflıklarını istismar ederek, çocukları bir ürün veya hizmeti satın almaya veya kiralamaya doğrudan yönlendirmemek, çocukları, reklamı yapılmakta olan ürün veya hizmetleri satın almak için ebeveynlerini veya başkalarını ikna etmeye doğrudan teşvik etmemek, çocukların ebeveynlerine, öğretmenlerine veya diğer kişilere duyduğu güveni istismar etmemek veya sebepsiz olarak çocukları tehlikeli durumlarda göstermemek (md/9-ç) kanun kapsamında yer almaktadır.

Medya tarafından yayınlanan reklamlar, dikkat çekici özellikleri yoğun kullanan, çocukların ilgi alanlarına ve zevklerine ulaşan kolayca zihinsel şemalara yerleşen programlardır. Reklamcılığın çocuklar üzerinde olumsuz yönde etkileri bulunmaktadır. "Reklamlar gibi düşünme" alışkanlığının gelişmesi çocukları olumsuz etkileyebilmekte, bir çocuğun bir hizmeti ya da ürünü övdüğünü gördüğünde, taklit içgüdü, reklamın etkisi altında, güçlü bir şekilde uyarılacaktır. Bununla birlikte, reklamları düşünmeden kabul etme ve benimseme gerçeği, çocukta özgürce düşünme, eleştirme, tartışma ve karar verme yeteneğinin gelişmesini de önler (Akyüz, 1979).

Bu doğrultuda gelişen teknoloji etkisiyle reklamlar, sosyal medya, televizyon dizileri, videolar vb. ortamlar etkisiyle görsellerin sorgulamadan benimsenmesi, eleştirel düşünme becerilerinin kazanılmasını engelleyerek taklit içgüdüyle zihinlerinde görsellerle oluşturulan hazır şemalara kendilerini koşulsuz yerleştirme ihtiyacı oluşabilmektedir. Başka bir yönden belirtirsek; öğretimin tasarlanmasında zihinsel şemaları öğrenenlerin kendi çabalarıyla önceki var olan bilgileri ve mevcut zihinsel şemaları üzerine istedik olarak değiştirme hedefi amaçlanır. Ancak yapay çevrenin ve yapay ortamların kültüre kontrolsüz girmesi, istedik değişim yerine içgüdüsel ve kontrolsüz zihinsel şemalarla, gösterilenler gibi düşünme ve kültür alışkanlığı, çocukta mevcut önceki zihinsel şemaların önüne geçebilmektedir. Bunun sonucunda sosyal medyada, dizilerde, videolarda vb. ortamlarda gözlemlenen yaşantılar eleştirel düşünmeden, sorgulamadan, tartışılmadan, kültüre yansıma eğilimi gösterebilir. Çocuk kendisinin farkına varmadan, bağımsız düşünme alışkanlığı gelişmediğinden karar verme becerisinin de gelişmesine engel olabilir. Ebeveynler, öğretmenler ve devlet kurumlarından, çocukluk süreci sonuna kadar çocukları bireysel olarak üstesinden gelemeyecekleri bir denize atmak yerine çocukların haklarını gerek kanun gerek eğitim gerek kural bağlamında korumaları beklenmektedir.

Diğer taraftan, sosyal medya kullanımı çocukların ihtiyaçları ile sosyalleşme kaygıları arasında bir bağ kurmaktadır. Yukarıda yer alan risklerle mücadelede yetkili olsun olmasın bireylerin görevleri bulunmaktadır. Çocukların internet etkinliklerinin yer, zaman, nitelik ve sürelerinin kurallarını belirlemek; İnternette yürütülen faaliyetleri, çocuklar belirli bir yaş ve olgunluğa erişinceye kadar denetlemek ve bu etkinlikleri çocukla mümkün olduğunca beraber yürütmek; İnternet güvenlik araçlarını kullanma gibi belirli içeriğe ve web sitelerine erişimi sınırlama önlemleri alınabilir. Ailelerin, eğitimcilerin ve gençlerin karşılıklı iş birliği yoluyla bu tür önlemlerin uygulanması çok daha yapıcı ve üretken bir eğitim ve iletişim ortamı yaratacaktır. Doğrudan kısıtlayıcı (Mustafaoğlu ve ark.,2018) bir yaklaşımın aksine erken yaşta teknolojiyle iç içe olmanın, bireyin gelişimini şekillendiren önemli bir yapı taşı olduğunu, bu teknolojilerin bilişsel ve psiko-sosyal bağlamda yeni fırsatlara kapı açtığını öne süren görüşler de yer almaktadır. Bu yaklaşımla teknolojilerin çocuğun yaşamına erken yaşta girmesi gerektiği söylenebilir. Özellikle, bu teknolojilerin eğitim açısından verimli bir şekilde kullanılabilmesi ve kendi kendine öğrenmeye katkıda bulunan uygulamalar yoluyla bilgisayarlardan ve İnternet'ten yüksek verimlilik elde edilebileceği de düşünülebilir.

Başka bir açıdan bakıldığında ise, ebeveynler çocuklara TV programlarını, reklam ve mesajlardaki bilgileri nasıl değerlendireceklerini öğretebilir. Eleştiri ve sorgulamayı öğretebilirler. Çocuklara eleştirel bir medya okuryazarlığı eğitimi vermek onlar üzerinde şartlandırmaya karşı direnç yaratabilecektir. Yazılı ve görsel kitle iletişim araçlarında, çocukların fiziksel, zihinsel ve duygusal gelişimine yön verecek bilimsel ve yararlı bilgi ve belgeler sağlamak için izlenmekte olan yollara ek olarak hazırlanan içerik hakkında gerçek veya tasarım eseri olduğunun vurgulanması, sunulan ürün veya

hizmetin edinilmesinin olası etkileri ile muhtemel risklerinin de aynı ortam ve ses düzeni içerisinde aynı dikkat çekici unsurlarla izleyicilere sunulması gerekmektedir. Ayrıca, özel hayatın mahremiyeti, kişiliğin ve kimliğin korunması ve çocuğun masumiyetinin ifşa edilmemesi bazen çocuğun masumiyetine bakılmaksızın ihlal edilir. Bu nedenle, yukarıda belirtilen yasalar uygulanmalı ve çocukların medyada gizlilik hakkını daha etkin bir şekilde korumak için yasal, idari ve adli önlemler alınmalıdır (Akyüz, 2013). Sosyal medya kullanımı ile ilgili çocukları koruyucu ve eğitici önlemlerin evrensel teknoloji kullanım etiği doğrultusunda alınması gerekmektedir.

### Kaynakça

- Akbulut, Y. (2013). Çocuk ve ergenlerde bilgisayar ve internet kullanımının gelişimsel sonuçları. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(2).
- Akyüz, Y.(1979) "Reklamlar Gibi Düşünmek ve Çocuklar", Milliyet Gazetesi, 11.07.1979.
- Akyüz, E. (2013). Çocuğun bilgi edinme ve zararlı yayınlara karşı korunma hakkı. I. *Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi. Bildiriler Kitabı*, 1.
- Akgül Aziz, Osman Çevik (2003). İstatistiksel Analiz Teknikleri, SPSS'te İşletme Yönetimi Uygulamaları, s.436. Emek Ofset Ltd. Şti., Ankara.
- Bartlett-Bragg, A. (2006). *Reflections on pedagogy: Reframing practice to foster informal learning with social software*. 11 Aralık 2019, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.472.2265&rep=rep1&type=pdf>
- Boyd, D. (2008). American Teen Sociality in Networked Publics. Unpublished Doktoral Thesis, University of Berkeley
- Brown, A. (2011). Media use by children younger than 2 years. *Journal of the American Academy of Pediatrics*, 128(5), 1040–1045.
- Bryer, T. A. & Zavattaro, S. (2011). Social media and public administration: Theoretical dimensions and introduction to symposium. *Administrative Theory & Praxis*, 33(3).
- Büyüköztürk, Ş. (2009). Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı: İstatistik, araştırma deseni, spss uygulamaları ve yorum (9.baskı). Ankara: Pegem A Akademi.
- Breakenridge, D. (2009). *New Media, New Tools, New Audiences*. New Jersey: FT Press.
- Ceyhan, E. ve Ceyhan, A. A. (2011). Çocuk ve ergenlerde bilgisayar ve İnternet kullanımının gelişimsel sonuçları. A. Kuzu (Ed.), *Bilgisayar II* (ss.165-188). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Chen, B. & Bryer, T. (2012). Investigating instructional strategies for using social media in formal and informal learning. *Research Articles*, 13(1), 87-104.
- Çavuş, N., Ertaç-Varoğlu, D. ve Serdaroğlu, R. (2012). Segmenting student profiles on the usage of social networking media: A case study on Facebook. 4th International Future-Learning Conference on Innovations in Learning for the Future 2012: E-Learning, İstanbul, Türkiye.
- CHS'nin 13.04.1994 tarih ve 3984 Sayı, RG 20/04/1994 – 21911. Aynı kanunda 15/05/2002 tarihinde değişiklik yapılarak m.4'te yayın ilkeleri düzenlenmiştir.
- Clarke, B.H., (2009). Early adolescents' use of social networking sites to maintain friendship and explore identity: Implications for policy. *Policy & Internet*, 1(1), 55-59.
- Digital 2019, <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>
- Dresang, E.T., Gross, M. ve Holt, L. (2007). New perspectives: An analysis of gender, net-generation children, and computers. *Library Trends*, 56 (2), 360-386.
- Eren, E. Ş. (2014). Sosyal medya kullanım amaçları ölçeğinin geliştirilmesi ve bazı kişisel değişkenlere göre incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(4), 230-243.
- Ferdig, R. (2007). Examining Social Software in Teacher Education. *Journal of Technology and Teacher Education*, (15), 5-10.
- Gürsakaal, N. (2009). Sosyal Ağ Analizi. Dora Yayınları, Bursa.
- Hinkley, T., Verbestel, V., Ahrens, W., Lissner, L., Molnár, D., Moreno, L. A., & Russo, P. (2014). Early childhood electronic media use as a predictor of poorer well-being: A prospective cohort study. *Jama Pediatrics*, 168(5), 485–492.

- Ito, M., Baumer, S., Bittanti, M., Boyd, D., Cody, R., Herr-Stephenson, B., et.al. (2010). Hanging out, messing around, geeking out: Kids living and learning with new media. Cambridge, MA: MIT Press.
- Karasar, N., Bilimsel Araştırma Yöntemi, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara 2007.
- Kert, S.B. (2011). Online social network sites for k-12 students: Socialization or loneliness. *International Journal of Social Sciences and Education*, 1(4), 326-339.
- Lenhart, A. & M. Madden (2007). Social Networking Web sites and Teens: An Overview Pew Internet and American Life Project Report.
- Lin, K.Y., & Lu, H.P. (2011). Why people use social networking sites: An empirical study integrating network externalities and motivation theory. *Computers in Human Behavior*, 27, 1152-1161.
- Labus, A., Simić, K., Barać, D., Despotović-Zrakić, M. & Radenković, M. (2012). Integration of social network services in e-education process. *Metalurgia International*, 17 (7), 161-168.
- Laird, T. (2014) Using Social Media in Education for Classroom Teaching, Student Learning, and Educator Professional Development, Queen's University, Kingston, Ontario, Canada.
- Mayfield, (2008), Antony, What is Social Media, iCrossing, e-book, v.1.4, updated 01.08.08, s. 5. [http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What\\_is\\_Social\\_Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf) Erişim Tarihi: 02.12.2019.
- Mazman, G., (2009), Sosyal Ağların Benimsenme Süreci ve Eğitsel Bağlamda Kullanımı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Mazman, G. & Usluel, Y.K. (2011). Gender differences in using social networks. *The Turkish Online Journal of Educational Technology (TOJET)*, 10 (2).
- Mustafaoğlu, R., Zirek, E., Yasacı, Z. & Razak Özdiñçler, A. (2018). Dijital teknoloji kullanımının çocukların gelişimi ve sağlığı üzerine olumsuz etkileri. *Addicta: The Turkish Journal on Addiction*, 5, 227–247.
- Neumann, L. W. (2007), Toplumsal araştırma Yöntemleri: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar (S.Özge,Çev.), İstanbul Yayın Odası.
- Öztürk, M. F., & Talas, M. (2015). Sosyal medya ve eğitim etkileşimi. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 7(1), 101-120.
- Pagani, L. S., Fitzpatrick, C., Barnett, T. A., & Dubow, E. (2010). Prospective associations between early childhood television exposure and academic, psychosocial, and physical well-being by middle childhood. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*, 164(5), 425–431.
- Rao, A. V., & Shalini, P. (2013). Social media and its impact on generation next. *International Journal of Logistics & Supply Chain Management Perspectives*, 2(4), 647.
- Safko, L. (2010). *The Social Media Bible*. New Jersey: John Wiley and Sons.
- Sistek-Chandler, C. (2012). Connecting the digital dots with social media and Web 2.0 technologies, *Journal of Research in Innovative Teaching*, 78-87.
- Türkiye Gazeteciler Sendikası (TGC). (2016). Medya ve Çeşitlilik Kılavuzu. <https://www.tgc.org.tr/bildirgeler/medya-ve-cesitlilik-kilavuzu.html>. Erişim tarihi: 08.12.2019
- Wang, Q., Chen, W. & Liang, Y. (2011). The effects of social media on college students. *Research & Analysis*. [Available online at: [http://scholarsarchive.jwu.edu/mba\\_student/5](http://scholarsarchive.jwu.edu/mba_student/5)], Retrieved on June 06, 2013.
- We Are Social and Hootsuite, Digital 2019, <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> Erişim tarihi: 01.07.2019
- Weinberg, T (2009) *The New Community Rules: Marketing On The Social Rules*, O'Reilly Media, USA.

### Extended Abstract

#### Aim and Scope

In this study, it was aimed to determine the social media usage levels of the fifth-grade students and the variables related to this level. The aim of this study is to determine whether the use of social media differentiates the aims of using social media in terms of gender, social network usage, age, social media tools, number of shares with social media and usage



periods of social networks. With this data, the relationship between cause and effect and the negative effects of social media were discussed.

### **Methods**

In this study, descriptive survey model was used to define whether social media usage of students differed according to some variables. The screening model is a study approach that aims to define a past or present situation as it is. The individual or object that is the subject of the study tries to define it in its own conditions and as it is. No attempt is made to modify or influence them. (Karasar, 2007). The sample group consisted of 222 fifth grade students at the age of 11, studying in two private and one public secondary schools in Istanbul in 2018.

### **Findings**

The survey research was used in the study and it was carried out with 222, 5th grade students who were studying in Istanbul in 2018. As a result of the study, it was searched whether there were any differences according to the social media tools of membership, duration of use, frequency of use, the average time spent on social media, and the social media tool they mostly use. No significant difference was found between the variables. The results obtained from the study were discussed legal basis and suggestions for the future researches were discussed with effects of social media for children.

### **Conclusion**

Children, who are assured of our future, are highly affected by social media tools and their increasing use in social environments. The interaction, cooperation and mutual communication needed in the cultural relations of individuals has been replaced by the communication channels that have been under the control of the developing technological tools. The levels of relationship with social media can vary directly in relation to children's ages, development, cultural and environmental factors. However, the effects of social media on children may be positive or negative.

In this direction, with the effect of developing technology, social media, television series, videos and others effect schemas. The necessity to place themselves in ready-made visuals created with visuals in their minds with imitation instinct may occur by preventing the acquisition of critical thinking skills without questioning the visuals. If we specify from another direction; In the design of teaching, the aim of the students is to change the mental schemas on their own efforts as well as the existing mental schemas. However, the instinctive and uncontrolled mental schemes, such as those shown, may prevent the previous mental schemes present in the child, rather than the change we were asked to enter into the culture uncontrolled by the artificial environment.